

**PENGARUH PENGETAHUAN, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP
KURANGNYA MINAT MASYARAKAT MUSLIM MENGAMBIL
PEMBIAYAAN PADA BANK SYARIAH DI KECAMATAN
WARA UTARA KOTA PALOPO**



IAIN PALOPO

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut
Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Oleh :

Anwalina Hulul Fatmiati
15.0402.0058

Dibimbing oleh :

1. Dr. Hj. Ramlah M., MM.
2. Muzayyanah Jabani, ST., MM.

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PALOPO
2019**

**PENGARUH PENGETAHUAN, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP
KURANGNYA MINAT MASYARAKAT MUSLIM MENGAMBIL
PEMBIAYAAN PADA BANK SYARIAH DI KECAMATAN
WARA UTARA KOTA PALOPO**



IAIN PALOPO

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut
Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Oleh :

Anwalina Hulul Fatmiati
15.0402.0058

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PALOPO
2019**

NOTA DINAS PEMBIMBING

Palopo, Juli 2019

Lampiran :-

Hal : Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa, maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Anwalina Hulul Fatmiati

Nim : 15 0402 0058

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul : Pengaruh Pengetahuan, Lokasi dan Promosi Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Mengambil Pembiayaan pada Bank Syariah di Kecamatan Wara Utara Kota Palopo

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak untuk diujikan.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Dr. Hj. Ramlah M, M.M

NIP: 19610208 199403 2 001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Palopo, Juli 2019

Lampiran :-

Hal : Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa, maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Anwalina Hulul Fatmiati

Nim : 15 0402 0058

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul : Pengaruh Pengetahuan, Lokasi dan Promosi Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Mengambil Pembiayaan pada Bank Syariah di Kecamatan Wara Utara Kota Palopo

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak untuk diujikan.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

Wassalamualikum Wr. Wb.

Pembimbing II

Muzavvanah Jabani, ST., MM
NIP: 19750104 200501 2 003

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan, Lokasi dan Promosi Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Mengambil Pembiayaan pada Bank Syariah di Kecamatan Wara Utara Kota Palopo”** yang ditulis oleh:

Nama : Anwalina Hulul Fatmiati

NIM : 15 0402 0058

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Disetujui untuk diujikan pada ujian munaqasyah.

Demikian untuk proses selanjutnya.

Palopo, Juli 2019

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Hj. Ramlah M, M.M.

NIP: 19610208 199403 2 001

Muzayyanah jabani, ST., MM.

NIP: 19750104 200501 2 003

NOTA DINAS PENGUJI

Palopo, Juli 2019

Lampiran :-

Hal : Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa, maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Anwalina Hulul Fatmiati

Nim : 15 0402 0058

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul : Pengaruh Pengetahuan, Lokasi dan Promosi Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Mengambil Pembiayaan pada bank Syariah di Kecamatan Wara Utara Kota Palopo

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak untuk diujikan.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Penguji I

Irma T, S.kom., M.kom
NIP: 19791208 200912 2 003

NOTA DINAS PENGUJI

Palopo, Juli 2019

Lampiran :-

Hal : Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa, maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Anwalina Hulul Fatmiati

Nim : 15 0402 0058

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul : Pengaruh Pengetahuan, Lokasi dan Promosi Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Mengambil Pembiayaan pada bank Syariah di Kecamatan Wara Utara Kota Palopo

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak untuk diujikan.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

Wassalamualikum Wr. Wb.

Penguji II

Dr. Takdir, S.H., M.H.

NIP: 19790724 200312 1 002

PERSETUJUAN PENGUJI

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan, Lokasi dan Promosi Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Mengambil Pembiayaan pada Bank Syariah di Kecamatan Wara Utara Kota Palopo”** yang ditulis oleh:

Nama : Anwalina Hulul Fatmiati

NIM : 15 0402 0058

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Disetujui untuk diujikan pada ujian munaqasyah.

Demikian untuk proses selanjutnya.

Palopo, Juli 2019

Penguji I

Penguji II

Irma T., S.kom., M.kom.
NIP: 19791208 200912 2 003

Dr. Takdir, S.H.,M.H.
NIP: 19790724 200312 1 002

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Alhamdulillah, Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. Atas rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan, Lokasi dan Promosi Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Mengambil Pembiayaan pada Bank Syariah di Kecamatan Wara Utara Kota Palopo”**, tak lupa pula sholawat dan salam senantiasa di limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Para keluarga dan para sahabat beliau, yang dengan perjuangan atas nama Islam hingga dapat kita nikmati sampai saat ini indahnyanya dan manisnya iman.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini penulis banyak mengalami kesulitan. Namun, dengan ketabahan dan ketekunan yang di sertai dengan doa, bantuan, bimbingan, masukan serta dorongan moril dari berbagai pihak, yang telah berjasa oleh karenanya penulis mengucapkan banyak terimakasih dengan tidak mengurangi rasa hormat kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, maka secara khusus penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada orang tua saya, Alm. Ibu saya Siti Raehanun dan Ayah saya Azharuddin Mustafa yang telah berjuang mengasuh, membimbing, mendoakan dan membiayai penulis selama dalam pendidikan, sampai selesainya skripsi ini. Kakak saya M. Nazri dan adek saya Raudatul Jannah yang senantiasa menjadi penyemangat penulis dan kepada penulis senantiasa memanjatkan doa kepada Allah SWT.mengasihi dan memberikan kebahagiaan dan juga penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Rektor IAIN Palopo, Dr. Abdul Pirol, M. Ag, Wakil Rektor Bidang Akademik, Dr. H. Muammar Arafat, M.H. Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M dan Wakil

Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Dr. Muhaemin, M.A. yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini, tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.

2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, dalam hal ini Dr. Hj. Ramlah Makkulasse, M.M. Wakil Dekan Bidang Akademik, Muhammad Ruslan Abdullah, S.E.I., M.A. Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Tadjuddin, S.E., Ak., CA. Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Dr. Takdir, S.H., M.H. dan Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Dr. Fasiha, S.E.I., M.EI. yang telah membantu dalam menyelesaikan studi selama mengikuti pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.
3. Pembimbing I, dalam hal ini Dr. Hj. Ramlah Makkulasse., M.M. yang telah memberikan arahan kepada penulis sehingga bisa menyusun skripsi ini dan Pembimbing II, dalam hal ini Muzayyanah Jabani, ST., M.M. atas waktu dan pikiran yang telah beliau berikan untuk membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini.
4. Teman-teman dan sahabatku terkhusus Harma Jalil, riswan, risaldi, yasir, kiki sri rahayu, eka indah lestari, A. dinda Prasta R, Sulfiani, Sri Dewi Ulan Sari, dan M. iqsal Baharuddin yang selama ini menjadi teman berbagi suka membantu, menyemangati, memotivasi, kritik, saran, dan kerjasama selama dalam menyusun skripsi ini.
5. Kepada semua teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah B angkatan 2015 yang selama ini telah memberikan semangat, memotivasi serta doa kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

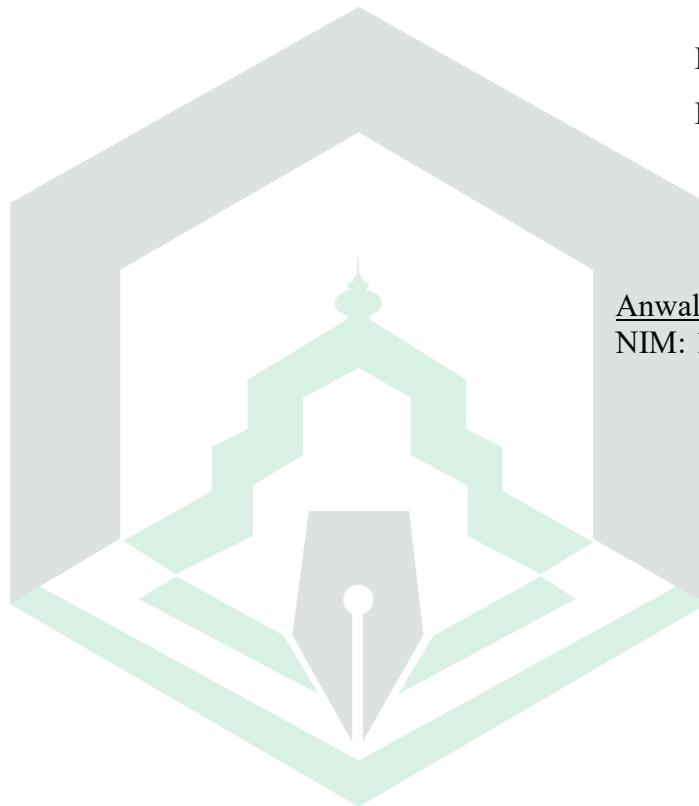
Akhirnya hanya kepada Allah SWT, penulis berdoa semoga bantuan partisipasi dari berbagai pihak dapat diterima sebagai ibadah dan diberikan pahala yang berlipat ganda, tapi penulis selalu menyadari bahwa sebagai hamba Allah SWT,

yang tidak luput dari kesalahan tentunya dalam penulisan skripsi penulis skripsi ini masih banyak di temukan kekurangan, kesalahan, serta jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan. Semoga penulisan ini bermanfaat bagi diri penulis pada khususnya, dan bagi siapa saja yang ingin membacanya.

Palopo, Juli 2019

Penyusun,

Anwalina Hulul Fatmiati
NIM: 15 0402 0058



ABSTRAK

Anwalina Hulul Fatmiati, 2019, *Pengaruh Pengetahuan, Lokasi dan Promosi Terhadap Kurangnya Minat masyarakat muslim mengambil pembiayaan pada bank syariah di kecamatan wara utara kota palopo*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan bisnis islam (dibimbing oleh Dr.Hj. Ramlah M.,MM. Dan MuzayyanahJabani, ST., MM.)

Kata Kunci :Pengetahuan, Lokasi, Promosi, Minat

Permasalahan yang dibahas tentang Bagaimana pengaruh pengetahuan, lokasi, dan promosi terhadap kurangnya minat masyarakat muslim mengambil pembiayaan pada bank syariah di Kecamatan Wara Utara Kota Palopo?

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan *SPSS For Windows Versi 24*. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat muslim di Kecamatan Wara Utara Kota Palopo yang berjumlah 23.707 jiwa dengan sampel sebanyak 100 responden. Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder, metode pengumpulan data dengan menggunakan metode koesioner yaitu pengumpulan data berupa pernyataan untuk memperoleh tanggapan dari sejumlah responden. Dengan menggunakan alat ukur berupa uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui kevalidatan hasil penelitian dan reliabel dalam Cronbach Alpha 0,60. Selanjutnya dengan menggunakan analisis data dengan menggunakan metode yaitu analisis regresi linear berganda dan menggunakan pengujian hipotesis yaitu uji T, uji F dan uji R^2 .

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel pengetahuan, lokasi dan promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat muslim sebesar $0,000 < 0,05$. Sedangkan dari hasil uji T variabel pengetahuan, lokasi dan promosi juga merupakan variabel yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat muslim dengan nilai signifikan pengetahuan $0,000 < 0,05$, lokasi sebesar $0,000 < 0,05$ dan promosi sebesar $0,000 < 0,05$.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
NOTA DINAS PENGUJI	v
PERSETUJUAN PENGUJI.....	vii
PRAKATA.....	viii
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Hipotesis.....	5
F. Definisi Operasional Variabel.....	6
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan	7
B. Teori	9
C. Pengaruh Pengetahuan, Lokasi dan Promosi terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Mengambil pembiayaan pada Bank Syariah.....	9
D. Pembiayaan	16
E. Bank Syariah	22
F. Kerangka Pikir	26
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	28

B. Lokasi dan Waktu penelitian.....	28
C. Populasi dan Sampel	28
D. Sumber Data.....	29
E. Pengukuran Variabel Penelitian.....	30
F. Teknik Pengumpulan data.....	31
G. Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas	31
H. Analisis data.....	32
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	36
B. Analisis Hasil penelitian	39
C. Pembahasan.....	64
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	70
B. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	72
DAFTAR LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

2.1 Perbedaan Bank Konvensional dengan Bank Syariah	24
4.1 Sarana Pendidikan di Kec.Wara Utara.....	37
4.2 Banyaknya Kelas, Siswa, dan Guru di Kec. Wara Utara.....	38
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	41
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan terakhir.....	42
4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	42
4.7 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Pengetahuan	43
4.8 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Lokasi.....	46
4.9 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Promosi	47
4.10 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Mengambil Pembiayaan Pada Bank Syariah	50
4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	57
4.12 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	59
4.13 Uji T	61
4.14 Uji F	62
4.15 Hasil Uji Koefisien determinasi (R^2)	63

DAFTAR GAMBAR

2.1 Model Kerangka Pikir penelitian	26
4.1 Hasil Uji Normalitas	56
4.2 Hasil Uji Heteroskadesitas	58



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anwalina Hulul Fatmiati

Nim : 15 0402 0058

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi, atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain, yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya, segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggungjawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bila mana dikemudian hari pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palopo, 18 Juli 2019

Yang membuat pernyataan

Anwalina Hulul Fatmiati
Nim: 15 0402 0058

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, dan Promosi terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Mengambil Pembiayaan pada Bank Syariah di Kecamatan Wara Utara Kota Palopo)”** Yang di tulis oleh **Anwalina Hulul Fatmiati** dengan **NIM 1504020058** Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Kamis, **29 Agustus 2019 M** bertepatan dengan **28 Dzulhijjah 1440 H**, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan tim penguji, dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 18 September 2019 M
18 Muharram 1441 H

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|-----------|
| 1. Dr. Hj. Ramlah. M., M. M. | Ketua Sidang | (.....) |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S. EI., MA. | Sekretaris Sidang | (.....) |
| 3. Dr. Takdir, S. H., M. H. | Penguji I | (.....) |
| 4. Irma T, S. Kom., M. Kom | Penguji II | (.....) |
| 5. Dr. Hj. Ramlah. M., M. M. | Pembimbing I | (.....) |
| 6. Muzayyanah Jabani, ST., M. M. | Pembimbing II | (.....) |

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program
Studi Perbankan Syariah

Dr. Hj. Ramlah. M., M. M.
NIP. 19610208 199403 2 001

Hendra Safri, SE., M. M.
NIP. 19861020 201503 1 001

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia merupakan suatu perwujudan dari permintaan masyarakat yang membutuhkan suatu sistem perbankan alternatif yang selain menyediakan jasa perbankan/keuangan yang sehat, juga memenuhi prinsip-prinsip syariah. Perkembangan industri keuangan syariah secara informal telah dimulai sebelum dikeluarkannya kerangka hukum formal sebagai landasan operasional perbankan syariah di Indonesia.

Berkembangnya industri perbankan syariah menyebabkan timbulnya persaingan antar lembaga keuangan yaitu lembaga yang berbasis syariah dengan lembaga keuangan konvensional. Hal ini terjadi setelah dilakukannya Undang-Undang perbankan tahun 1998 yang secara eksplisit mengetahui keberadaan perbankan syariah sebagai salah satu lembaga intermediasi dalam proses pembangunan Indonesia, dengan tumbuhnya institusi/lembaga perbankan syariah, di antaranya Bank Muamalat, Bank Syariah Mandiri, BRI Syariah, BNI Syariah dll.¹

Indonesia dikenal dengan negara muslim terbesar di dunia yang mayoritas penduduknya sebagian besar beragama Islam, itu yang menjadikan Indonesia sebagai pasar yang Potensial dalam berkembangnya keuangan syariah, dan dengan adanya bank-bank yang menggunakan prinsip syariah dan lembaga perbankan syariah

¹Junaidi, *Persepsi Masyarakat untuk Memilih Bank Syariah*, (Studi Kota Palopo, 2015), h. 1

menjadikan institusi perbankan syariah mulai merata dan menampakkan jati dirinya di tengah-tengah banyaknya bank konvensional yang ada.

Produk bank syariah yang ditawarkan salah satunya adalah produk pembiayaan. Produk pembiayaan dalam perbankan syariah di antaranya pembiayaan dengan prinsip jual beli, pembiayaan dengan prinsip sewa, pembiayaan dengan prinsip bagi hasil, dan pembiayaan dengan akad pelengkap. Pembiayaan merupakan aktivitas penyaluran dana oleh suatu pihak ke pihak yang lain guna mendukung investasi yang telah direncanakan, baik itu dilakukan sendiri maupun oleh lembaga.² Jika dilihat dari sifat penggunaannya ada dua jenis pembiayaan yaitu : pembiayaan Produktif, yaitu pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan peningkatan usaha, baik usaha produksi, perdagangan maupun investasi, dan pembiayaan Konsumtif yaitu, pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan.³

Namun demikian dari semua jenis dan model pembiayaan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan bank syariah, minat masyarakat muslim untuk menggunakannya masih tergolong rendah. Dengan kata lain, masih banyak masyarakat muslim yang justru lebih memilih menggunakan pembiayaan yang ditawarkan oleh bank konvensional di banding dengan bank syariah.

Bahkan masyarakat muslim di Kota Palopo khususnya di Kecamatan Wara Utara masih banyak yang memilih bertransaksi mengambil pembiayaan pada bank

²Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN. 2015), h.17.

³Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syari'ah*, (Jakarta: Gema Insani 2009), h. 160.

konvensional, padahal banyak di antara masyarakat muslim yang mengenal perbankan syariah. Walaupun mengetahui hal tersebut masih banyak yang mengabaikan dan hanya sebagian dari mereka yang memilih pembiayaan pada bank syariah. Hal ini yang menjadi fokus utama dari penelitian ini, harus melihat dan menganalisis pengaruh pengetahuan, lokasi dan promosi terhadap kurangnya minat masyarakat muslim tidak mengambil pembiayaan di bank syariah.

Permasalahan yang menjadi kendala dalam mengambil pembiayaan di bank syariah adalah kurangnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang produk/jasa perbankan syariah dan belum memahami dengan tepat kegiatan operasional bank syariah dan juga masyarakat belum memahami bagaimana konsep bank syariah sehingga masyarakat memandang bahwa bank syariah dan bank konvensional sama saja hanya berbeda dari istilahnya.

Untuk itu bank syariah perlu mengadakan promosi kepada masyarakat yang tidak hanya menggunakan sistem website, brosur, maupun pamphlet. Sosialisasi kepada masyarakat langsung juga perlu dilakukan agar calon nasabah benar-benar mengerti dan paham bagaimana sistem perbankan syariah, produk apa saja yang ditawarkan, bagaimana kegiatan operasional bank syariah, bagaimana pelayanannya, dan dimana saja mereka dapat menemukan kantor-kantor bank syariah.⁴ Berdasarkan uraian di atas, maka penulis sangat tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **"Pengaruh Pengetahuan, Lokasi dan Promosi Terhadap Kurangnya Minat**

⁴Suciati, *Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat muslim tidak melakukan pembiayaan di bank syariah* (Studi kasus Pedagang muslim di Pasar Kota Purwokerto, 2016), h. 3.

Masyarakat Muslim Mengambil Pembiayaan pada Bank Syariah di Kecamatan Wara Utara Kota Palopo”

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah tersebut penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

Bagaimana pengaruh pengetahuan, lokasi, dan promosi terhadap kurangnya minat masyarakat muslim mengambil pembiayaan pada bank syariah di Kecamatan Wara Utara Kota Palopo?

C. Tujuan penelitian

Tujuan yang ingin di capai melalui pengaruh pengetahuan, lokasi dan promosi terhadap kurangnya minat masyarakat muslim mengambil pembiayaan pada bank syariah di Kecamatan Wara Utara Kota Palopo, yaitu:

Untuk mengetahui apakah pengetahuan, lokasi, dan promosi mempengaruhi kurangnya minat masyarakat muslim mengambil pembiayaan pada bank syariah di Kecamatan Wara Utara Kota Palopo ?

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

1. Manfaat secara teoretis, penelitian ini dapat mengembangkan dan menumbuhkan ilmu pengetahuan, lokasi dan promosi terhadap kurangnya minat masyarakat muslim mengambil pembiayaan pada bank syariah, selanjutnya peneliti

ini diharapkan menjadi stimulasi bagi peneliti selanjutnya. Dengan demikian pengkajian secara mendalam memperoleh hasil secara maksimal.

2. Manfaat secara praktis, memberikan informasi kepada masyarakat muslim di Kota Palopo tentang pentingnya untuk memperhatikan lembaga-lembaga keuangan syariah terutama dalam hal mengambil pembiayaan.

E. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara yang memungkinkan benar atau juga salah. Hipotesis tersebut akan ditolak jika ternyata salah dan akan diterima jika faktanya memang benar.

1. H_{a1} : Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat muslim memilih pembiayaan pada bank syariah.

H_{o1} : Pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat muslim memilih pembiayaan pada bank syariah.

2. H_{a2} : Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat muslim memilih pembiayaan pada bank syariah

H_{o2} : Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat muslim memilih pembiayaan pada bank syariah

3. H_{a3} : Promosi berpengaruh signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat muslim memilih pembiayaan pada bank syariah

H_{o3} : Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat muslim memilih pembiayaan pada bank syariah.

4. H_{a4} : Minat berpengaruh signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat muslim memilih pembiayaan pada bank syariah.

H_{o4} : Minat tidak berpengaruh signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat memilih pembiayaan pada bank syariah.

F. Definisi Operasional Variabel

Untuk mengetahui deskripsi yang jelas tentang arah pembahasan ini, maka penulis memberikan pengertian dan maksud dari kata yang terdapat di dalam rangkaian judul penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengetahuan adalah suatu informasi yang telah diketahui berdasarkan pemahaman seseorang.
2. Lokasi adalah tempat dimana perusahaan tersebut melakukan operasi. Dalam menentukan lokasi sangat erat kaitannya dengan keputusan yang di buat oleh perusahaan mengenai dimana operasi dana stafnya akan ditempatkan, yang penting dalam lokasi adalah tipe dan tingkat interaksi yang terlibat.
3. Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk apa saja yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.
4. Minat adalah dorongan atau keinginan dalam diri seseorang pada objek tertentu.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu sangat penting sebagai dasar dalam rangka menyusun penelitian ini. Kegunaannya adalah untuk mengetahui hasil yang telah dilakukan oleh penelitian terdahulu dan menjadi pembeda di antara peneliti:

Ayu Retno Sari (2015) dalam penelitiannya yang berjudul “ *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Menabung di Bank Syariah* ” (Studi kasus Masyarakat muslim di Kabupaten Bantul, Yogyakarta). Penelitian ini menggunakan data primer dengan memberikan kuesioner kepada masyarakat muslim di kab. Bantul yang tidak menabung di bank syariah, dengan menggunakan sampel 100 responden. Metode yang digunakan adalah regresi linear. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel pengetahuan dan promosi secara individual berpengaruh signifikan dan positif terhadap kurangnya minat masyarakat muslim di kab. Bantul untuk menabung di bank syariah dengan nilai signifikan di bawah alpha 0,005 sedangkan variabel lokasi secara individual berpengaruh signifikan dan negatif terhadap kurangnya minat masyarakat muslim kab. Bantul untuk menabung di bank syariah.¹ Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu variabel yang akan diteliti hanya variabel pengetahuan,

¹Ayu Retno Sari, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Menabung di Bank Syariah* (Studi kasus masyarakat muslim di kabupaten Bantul, Yogyakarta, 2015), h. 18

lokasi, promosi, dan Minat. Dan daerah yang akan menjadi tempat penelitian ini yang akan dilakukan di Kecamatan Wara Utara Kota Palopo.

Atwal Arifin (2014) dalam penelitiannya yang berjudul “ *Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah Surakarta* ” Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh secara langsung melalui koesioner nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Surakarta dan BTN Syariah Cabang Surakarta. Metode yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah dengan regresi linear berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitiannya menunjukkan pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap masyarakat memilih bank syariah. Sedangkan produk dan promosi tidak berpengaruh terhadap masyarakat memilih bank syariah.² Perbedaan dari penelitian yang ini dengan penelitian yang akan diteliti dilakukan yaitu variabel yang akan diteliti Pengetahuan, Lokasi, promosi, dan Minat. Dan daerah yang akan menjadi tempat penelitian yaitu akan dilakukan di Kecamatan Wara Utara Kota Palopo.

Rahayu Saraswati melakukan penelitian tentang “*faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat muslim tidak memilih bank syariah di kota Yogyakarta*”. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan menggunakan model logit menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi masyarakat muslim Yogyakarta untuk tidak memilih bank syariah dipengaruhi oleh fasilitas layanan dan lokasi dari pada tingkat bagi hasil, hadiah dan tingkat religiusitas. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat

²Atwal Arifin, *Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Masyarakat Memilih Bank Syariah Surakarta*, 2014

muslim Yogyakarta merupakan konsumen yang rasional yang mempertimbangkan secara rasional mengenai fasilitas yang diberikan dan layanan yang cepat dan tepat serta didukung lokasi yang dapat dijangkau sehingga dapat menunjang kelancaran dalam bertransaksi.³ Perbedaan dari penelitian yang ini dengan penelitian yang akan diteliti dilakukan yaitu variabel yang akan diteliti Pengetahuan, Lokasi, promosi, dan Minat. Dan daerah yang akan menjadi tempat penelitian yaitu akan dilakukan di Kecamatan Wara Utara Kota Palopo.

B. Teori

1. Pengetahuan

Pengetahuan adalah hasil penginderaan manusia, atau hasil tahu seseorang terhadap objek melalui indera yang dimilikinya (mata, hidung, telinga, dan sebagainya). Pengetahuan merupakan salah satu faktor pendukung pentingnya bagi seseorang atau masyarakat dalam menentukan pilihan terhadap suatu hal, termasuk dalam menentukan pilihan dimana mereka akan menitipkan dananya. Faktor yang mempengaruhi seseorang dalam menentukan pilihan dimana mereka akan menitipkan dananya dipengaruhi oleh kurangnya pengetahuan tentang pembiayaan, belum mengetahui bagaimana penerapannya, riba, keuntungan, proses dan sebagainya.

Tingkat pengetahuan seseorang terhadap objek mempunyai intensitas yang berbeda-beda. Secara garis besar dibagi dalam 6 tingkatan yaitu:

1. Tahu (*know*)

³Rahayu Saraswati (2011) Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Muslim Tidak Memilih Bank Syariah Di Kota Yogyakarta, *skripsi*

Diartikan hanya sebagai recall (memanggil) memori yang telah ada sebelumnya setelah mengamati sesuatu. Untuk mengetahui atau mengukur bahwa orang tahu sesuatu dapat menggunakan pertanyaan-pertanyaan.

2. Memahami (*comprehension*)

Memahami suatu objek bukan sekedar tahu terhadap objek tersebut, tidak sekedar dapat menyebutkan, tetapi orang tersebut harus dapat menginterpretasikan secara benar tentang objek yang diketahui tersebut.

3. Aplikasi (*application*)

Aplikasi diartikan apabila orang yang telah memahami objek yang dimaksud dapat menggunakan atau mengaplikasikan prinsip yang diketahui tersebut pada situasi yang lain.

4. Analisis (*analysis*)

Analisis adalah kemampuan seseorang untuk menjabarkan dan/atau memisahkan, kemudian mencari hubungan antara komponen-komponen yang terdapat dalam suatu masalah atau objek yang diketahui.

5. Sintesis (*synthesis*)

Sintesis menunjukkan atau kemampuan seseorang untuk merangkum atau meletakkan dalam satu hubungan yang logis dari komponen-komponen pengetahuan yang dimiliki.

6. Evaluasi (*evaluation*)

Evaluasi berkaitan dengan kemampuan seseorang untuk melakukan justifikasi atau penilaian terhadap suatu objek tertentu.

Pengetahuan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti pengalaman, pendidikan, keyakinan, penghasilan, sosial, lingkungan, dan sebagainya⁴

a. Lokasi

Lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya. Dalam hal ini lokasi merupakan tempat dimana diperjual belikan produk perbankan dan pengendalian bank. Bank yang terletak dalam lokasi strategis memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank. Menentukan lokasi merupakan suatu tugas penting bagi pemasar, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan. Lokasi kantor mempengaruhi minat nasabah untuk melakukan transaksi.

Pemilihan lokasi yang baik, merupakan keputusan yang sangat penting. Pertama, karena keputusan lokasi mempunyai dampak yang permanen dengan jangka panjang, apakah lokasi tersebut telah dibeli atau disewa. Kedua, lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan usaha dimasa mendatang. Lokasi yang dipilih haruslah mampu mengalami pertumbuhan ekonomi sehingga usahanya dapat bertahan. Dan yang terakhir, apabila nilai lokasi memburuk akibat perubahan lingkungan yang dapat terjadi setiap waktu, mungkin saja usaha tersebut dipindahkan atau ditutup. Lokasi berarti berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi. Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi, yaitu:

1. Konsumen mendatangi pemberi jasa (perusahaan)

⁴Wahyu Hidayat, pengertian pengetahuan dan tingkatan pengetahuan, diakses <http://www.trendilmu.com/2015/08/pengertian.pengertian.dan.tingkatan.pengertian.html?m=1#>, pada tanggal 20 Februari 2019

Apabila keadaannya seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting, perusahaan sebaiknya memilih tempat dekat dengan konsumen sehingga mudah dijangkau, dengan kata lain harus strategis.

2. Pemberi jasa mendatangi konsumen

Dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas.

3. Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu secara langsung

Berarti *service provider* dan konsumen berinteraksi melalui sarana tertentu seperti telepon, computer atau surat. Dalam hal ini lokasi menjadi sangat tidak penting selama komunikasi antar kedua belah pihak dapat terlaksana.

Dalam memilih lokasi untuk menjalankan suatu usaha, para pengusaha/pelaku usaha perlu mempertimbangkan beberapa faktor, diantaranya:

- a. Akses yaitu kemudahan untuk menjangkau
- b. Visibilitas yaitu kemudahan untuk dilihat
- c. Tempat parkir yang luas dan nyaman
- d. Lingkungan yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan
- e. Persaingan yaitu lokasi dengan pesaing sejenis
- f. Peraturan pemerintah.⁵

Faktor yang mempengaruhi seseorang dalam menentukan lokasi yang dipengaruhi oleh jumlah kantor, lokasi ATM, Bank Syariah dan lain-lain.

⁵Bayu Triyono, "*Analisis Pengaruh Produk, Promosi, Harga, dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian* (Studi Kasus pada TokoSeyegan Sport Sleman Yogyakarta), Universitas Negeri Yogyakarta, 2014, h.17

b. Promosi

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk member tahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. Tujuan yang diharapkan dari promosi adalah konsumen dapat mengetahui tentang produk tersebut dan pada akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut.

Perusahaan harus memutuskan kegiatan promosi apakah yang tepat bagi suatu produk yang dimiliki oleh perusahaan. sebab setiap produk memiliki target pasar yang berbeda, sehingga pendekatan promosi yang harus dilakukanpun akan berbeda pula.⁶

Fungsi utama dari suatu strategi promosi para pemasar adalah untuk meyakinkan target pelanggan bahwa barang dan jasa yang ditawarkan tersebut memiliki keunggulan yang berbeda dibandingkan pesaing. Keunggulan deferensiasi merupakan suatu kumpulan dari fitur yang unik dari suatu perusahaan dan produknya yang diterima oleh target pasar sebagai suatu yang penting dan unggul disbanding pesaing.⁷

Kegiatan promosi biasanya merupakan salah satu komponen yang menjadi prioritas dari kegiatan pemasaran. Dengan adanya promosi maka konsumen akan mengetahui bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang akan menggoda

⁶M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 15

⁷Bayu Triyanto. “*Analisis Pengaruh Produk, Promosi, Harga, dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian*” (Studi Kasus pada Toko Sayegan Sport Sleman Yogyakarta), Universitas Negeri Yogyakarta, 2014, h. 17

konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian. Banyak yang mengatakan bahwa kegiatan promosi identik dengan dana yang dimiliki oleh perusahaan.

Kegiatan promosi sangat erat kaitannya dengan penyebaran informasi untuk disampaikan ke konsumen. Dalam penyampaian informasi ada beberapa hal penting yang hendaknya diperhatikan, yaitu:

1. Program periklanan yang dijalankan, kegiatan periklanan merupakan media utama bagi perusahaan untuk menunjang kegiatan promosi dimana promosi memiliki tujuan utama untuk menarik konsumen agar mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan.
2. Promosi dengan mengutamakan penjualan yang dilakukan secara pribadi, lebih dikenal dengan istilah penjualan personal (*personalselling*). Kegiatan promosi yang satu ini bisa dikatakan sebagai ujung tombak dari kegiatan promosi.
3. Promosi yang dilakukan mengedepankan aspek intensitas nilai produk (*additional values of product*), dalam strategi pemasaran dikenal sebagai promosi penjualan (*sales promotion*). Promosi penjualan mengedepankan penambahan intensitas nilai barang/jasa.
4. Promosi dengan cara meningkatkan publisitas, cara ini lebih condong untuk membentuk sebuah citra (*image*) yang lebih positif terhadap produk yang ditawarkan.⁸

⁸Agus Hermawan, "Komunikasi Pemasaran:", (Jakarta: Erlangga, 2012), h. 38

Faktor yang mempengaruhi seseorang dalam menentukan cara melakukan promosi dipengaruhi oleh Sosialisasi, Promosi tentang Pembiayaan, Produk, Iklan, dan keunggulan.

c. Kurangnya minat masyarakat

a. Minat

Minat sebagai aspek kewajiban bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu, tetapi juga dapat dikatakan sebagai sikap subyektif atas dasar adanya kebutuhan dan keinginan untuk memenuhi kebutuhan.

Minat adalah kecenderungan yang menetap dan subyektif untuk merasa tertarik pada bidang atau hal tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam hal atau hal itu. Perasaan senang akan menimbulkan pulamint yang diperkuat lagi oleh sikap positif yang sama diantaranya hal-hal tersebut timbul terlebih dahulu, sukar ditentukan secara pasti.

Minat dapat juga diartikan sebagai komponen nonaktif, ini berhubungan dengan komponen efektif dari sikap. Dengan kata lain minat adalah gejala psikis yang berkaitan dengan obyek atau aktifitas yang menstimulasi perasaan senang pada individu, minat akan timbul jika rangsangan yang menarik perhatiannya. Sehingga minat merupakan sesuatu yang sangat penting bagi seseorang sebagai suatu aspek kewajiban. Minat bukan saja dapat mewarnai perilaku seseorang, tetapi lebih dari itu

minat mendorong orang untuk melakukan kegiatan dan menyebabkan seseorang menaruh perhatian dan merelakan dirinya terikat pada suatu kegiatan.⁹

Sedangkan kurangnya minat masyarakat adalah kurangnya ketertarikan dari dalam diri individu terhadap sesuatu hal yang muncul atas rasa senang atau tidak senang. Sehingga kurangnya minat masyarakat timbul akibat kurangnya daya tarik atau tidak adanya ketertarikan individu terhadap suatu hal untuk menaruh perhatian dan merelakan dirinya untuk terkait pada sesuatu kegiatan. Faktor yang mempengaruhi kurangnya minat masyarakat dipengaruhi oleh Pengetahuan, Lokasi dan Promosi.

2. Pembiayaan

Menurut M. Syafi'i Antonio, menjelaskan bahwa pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank yaitu memberikan fasilitas dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan *deficit unit*.¹⁰

Pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengambil dana atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.¹¹

Adapun pembiayaan dibagi menjadi dua hal yaitu:

⁹Hendri Irawan, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Memutuskan Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang*, Universitas Islam Negeri Malang, 2009, h. 9

¹⁰Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dan Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001, h.160

¹¹Kasmir, "*Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*", (Jakarta: Rajawali Pers), h. 107

1. Pembiayaan Produktif, yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk peningkatan usaha, baik usaha produksi, perdagangan, maupun investasi.
2. Pembiayaan Konsumtif yaitu, pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan.¹²

Pada dasarnya, produk pembiayaan yang ditawarkan oleh perbankan syariah di bagi menjadi 4 (empat) bagian besar, yaitu :

a. Pembiayaan dengan prinsip jual beli

Prinsip jual beli dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda. Tingkat keuntungan bank di tentukan didepan dan menjadi bagian harga atas barang yang dijual.

Transaksi jual beli dapat dibedakan berdasarkan bentuk pembayarannya dan waktu penyerahan barangnya, yaitu sebagai berikut :

1. Pembiayaan *murabahah* berasal dari kata *ribhu* (keuntungan) yaitu transaksi beli dimana pihak bank menyebutkan keuntungannya. Bank sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli dari pemasok di tambah keuntungan (*margin*).

Kedua belah pihak menyepakati harga jual dalam jangka waktu pembayaran. Harga jual di cantumkan di dalam akad jual beli dan jika telah disepakati tidak dapat berubah selama berlakunya akad. Dalam perbankan, *murabahah* selalu dilakukan

¹²<http://www.kompasiana.com/dina07699/5af80487bde575068d1238a2/pembiayaan-bank-syariah?page=all> (Di akses pada tanggal 16 juli2019).

dengan cara pembayaran cicilan. Dalam transaksi ini barang diserahkan segera setelah akad, sementara pembayaran dilakukan secara tangguh/cicilan.¹³

2. Pembiayaan salam adalah prinsip jual beli suatu barang tertentu antara pihak penjual dengan pihak pembeli sebesar harga pokok di tambah nilai keuntungan yang disepakati, dimana waktu penyerahan barang dilakukan dikemudian hari sementara penyerahan uang dilakukan dimuka (secara tunai)¹⁴

3. Pembiayaan Istishna dalam fatwa DSN-MUI, di jelaskan bahwa jual beli istishna adalah jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pembeli dengan penjual .

pada dasarnya, pembiayaan istishna merupakan transaksi jual beli cicilan seperti transaksi *murabahah muajjal*. Namun, berbeda dengan jual beli *murabahah* dimana barang di serahkan dimuka sedangkan uangnya dibayar dengan cara cicilan, dalam jual beli istishna barang diserahkan dibelakang, walaupun uangnya juga sama-sama dibayar secara cicilan.

b. Pembiayaan dengan Prinsip Sewa (Ijarah)

Ijarah adalah akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa/upah, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan, tetapi hanya perpindahan hak guna saja dari menyewakan kepada penyewa.¹⁵

¹³Adiwarman A. Karim, “*Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*”, (Jakarta: Rajawali Pers 2007), h.97

¹⁴Sunarto Zulkifli, “*Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*”, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2003), h 40

c. Pembiayaan dengan prinsip Bagi Hasil

Produk pembiayaan *syirkah* yang di dasarkan atas prinsip bagi hasil adalah sebagai berikut :

1. Pembiayaan *Musyarakah* adalah perjanjian antara pemilik dana atau modal untuk mencampurkan dana atau modal mereka pada suatu usaha tertentu, dengan pembagian keuntungan diantara pemilik dana berdasarkan nisba yang telah disepakati sebelumnya¹⁶

2. Pembiayaan *Mudharabah* adalah bentuk kerja sama antara dua pihak atau lebih dimana pemilik modal mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola dengan suatu perjanjian pembagian keuntungan. Bentuk ini menegaskan kerja sama dalam panduan kontribusi 100% modal kas dari shahib *al-mal* dan keahlian dari *mudharib*.

d. Pembiayaan berdasarkan akad pelengkap, untuk mempermudah pembiayaan, biasanya diperlukan akad pelengkap. Akad pelengkap ini tidak ditujukan untuk mencari keuntungan, tetapi ditujukan untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan.

1. *Hiwalah* (Alih Utang Piutang), tujuan *hiwalah* adalah untuk membantu supplier mendapatkan modal tunai agar dapat melanjutkan produksinya. Bank mendapat ganti biaya atas jasa pemindahan piutang. Untuk mengatasi risiko kerugian yang akan timbul, bank perlu melakukan penelitian atas kemampuan pihak berutang disana kebenaran transaksi antara yang memindahkan piutang dengan yang berutang.

¹⁵Adiwarman A. Karim, “*Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*”, (Jakarta: Rajawali Pers 2007), h.113-137

¹⁶Muhammad, “*Manajemen Dana Bank Syariah*”, (Jakarta: Rajawali Person, 2014), h.310

2. *Rahn* (Gadai), tujuan akad *rahn* adalah untuk memberikan jaminan pembayaran kembali kepada bank dalam memberikan pembiayaan.
 3. *Qard* adalah pinjaman uang, aplikasi *qard* dalam perbankan biasanya dalam empat hal, yaitu:
 - a. Sebagai pinjaman talangan haji
 - b. Sebagai pinjaman kepada pengurus bank
 - c. Sebagai pinjaman kepada pengusaha kecil
 - d. Sebagai pinjaman tunai dari produk kartu kredit syariah.
 4. *Wakalah* (Perwakilan), dalam aplikasi perbankan terjadi apabila nasabah memberikan kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu, seperti pembukuan L/C, inkaso dan transfer uang.
 5. *Kafalah* (Garansi bank), dapat diberikan dengan tujuan untuk menjamin pembayaran suatu kewajiban pembayaran.
4. Fungsi Pembiayaan
- Ada beberapa fungsi dari pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah kepada masyarakat penerima, di antaranya :
- a. Meningkatkan daya guna uang, para penabung menyimpan uangnya di bank dalam bentuk giro, tabungan dan deposito. Uang tersebut dalam %tase tertentu ditingkatkan kegunaannya oleh bank guna suatu peningkatan produktivitas.
 - b. Meningkatkan daya guna barang
 - 1) Produsen dengan bantuan pembiayaan bank dapat memproduksi bahan mentah menjadi bahan jadi sehingga *utility* dari bahan tersebut meningkat.

2) Produsen dengan bantuan pembiayaan dapat memindahkan barang dari suatu tempat yang kegunaannya kurang ketempat yang lebih bermanfaat.

b. Meningkatkan peredaran uang, pembiayaan yang di salurkan via rekening koran pengusaha menciptakan pertambahan peredaran uang giral dan sejenisnya seperti cek, bilyet, giro, wesel, promes, dan sebagainya. Melalui pembiayaan, peredaran uang kartal maupun giral akan lebih berkembang oleh karena itu pembiayaan menciptakan suatu kegairahan berusaha sehingga penggunaan uang akan berambah baik kualitatif apalagi kuantitatif.

c. Menimbulkan kegairahan berusaha, setiap manusia adalah mahluk yang selalu melakukan kegiatan ekonomi yaitu berusaha untuk memenuhi kebutuhannya. Kegiatan usaha sesuai dengan dinamikanya akan selalu meningkat, akan tetapi peningkatan usaha tidaklah selalu diimbangi dengan peningkatan kemampuannya yang berhubungan dengan manusia lain yang mempunyai kemampuan.

Karena itu pula maka pengusaha akan selalu berhubungan dengan bank untuk memperoleh bantuan permodalan guna untuk meningkatkan usahanya.

Bantuan pembiayaan yang diterima pengusaha dari bank inilah kemudian yang digunakan untuk memperbesar volume usaha dan produktivitasnya.

Secara otomatis kemudian timbul pula kesan bahwa setiap usaha untuk peningkatan produktifitas, masyarakat tidak perlu khawatir kekurangan modal, oleh karena masalahnya dapat diatasi oleh bank dengan pembiayaan.

d. Stabilitas ekonomi, daam ekonomi yang kurang sehat, langkah-langkah stabilitas pada dasarnya diarahkan pada usaha-usaha untuk antara lain :

- 1) Rehabilitasi prasarana
- 2) Pemenuhan kebutuhan-kebutuhan pokok rakyat
- 3) Pengendalian inflasi
- 4) Peningkatan ekspor

Untuk menekan arus inflasi dan lebih-lebih lagi untuk usaha pembangunan ekonomi maka pembiayaan bank memegang peranan yang penting.

e. Sebagai jembatan untuk meningkatkan pendapatan nasional para usahawan yang memperoleh pembiayaan tentu saja berusaha untuk meningkatkan usahanya. Peningkatan usaha berarti peningkatan profit. Bila keuntungan kumulatif dikembangkan lagi dalam arti kata dikembalikan lagi ke dalam struktur permodalan, maka peningkatan akan berlangsung terus-menerus. Dengan pendapatan yang terus meningkat berarti pajak perusahaan pun akan terus bertambah. Dilain pihak pembiayaan yang disalurkan untuk menerangsang pertumbuhan kegiatan ekspor akan menghasilkan pertumbuhan devisa negara.

f. Sebagai alat hubungan ekonomi internasional, bank sebagai lembaga kredit pembiayaan tidak saja bergerak didalam negeri tapi juga diluar negeri. Amerika serikat yang telah sedemikian maju organisasi dan sistem perbankannya telah melebarkan perbankan keseluruh pelosok dunia, demikian pula beberapa negara maju lainnya.

Negara-negara kaya atau yang kuat ekonominya, demi persahabatan antara negara banyak memberikan bantuan kepada negara-negara yang sedang berkembang atau yang sedang membangun. Bantuan-bantuan tersebut tercermin dalam bentuk

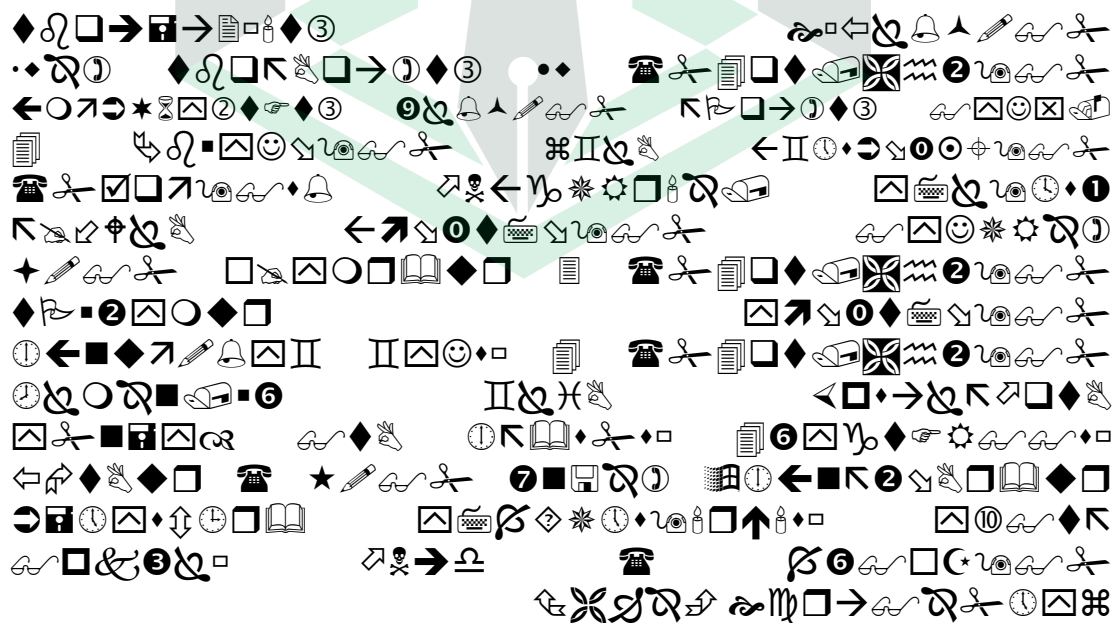
bantuan kredit dengan syarat-syarat yang ringan yaitu bunga yang relatif murah dan jangka waktu penggunaan yang panjang.¹⁷

3. Pengertian bank syariah

Menurut Undang-undang No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, bahwa yang dimaksud dengan bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

Bank syariah adalah bank yang aktifitasnya meninggalkan masalah riba. Bank islam atau di sebut dengan perbankan syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan bunga.

Firman Allah SWT dalam QS.Al-baqarah ayat 275

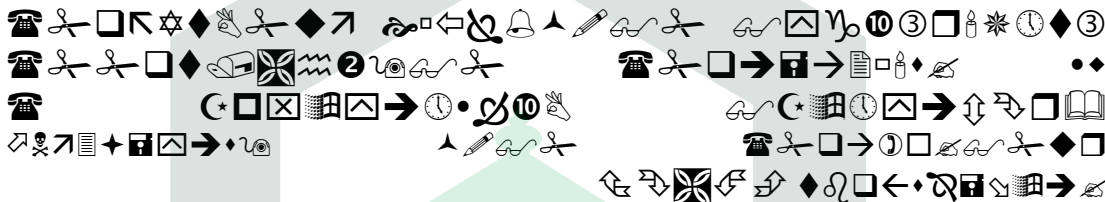


¹⁷Muhammad, "Manajemen Dana Bank Syariah", (Jakarta: Rajawali Person, 2014), h.310

Terjemahan :

“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari tuhan, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka bagiannya apayang telah di ambilnya dahulu (sebelum datang larangan), dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya”. (QS al-baqarah ayat 275).¹⁸

Firman Allah SWT. QS. Al-imran ayat 130



Terjemahan:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda] dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan”.(QS. Al-imran ayat 130).¹⁹

4. Perbedaan bank konvensional dengan bank syariah

Perbedaan bank konvensional dengan bank syariah adalah sebagaiberikut :

Tabel 2.1 Perbedaan antara bank konvensional dengan bank syariah

No.	Uraian	Bank Konvensional	Bank Syariah
1.	Landasan operasional	-Prinsip materialisme (bebas nilai)	-Prinsip syariah (tidak bebas nilai)

¹⁸Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Cet. Ke (Angka terakhir), (Jawa Barat:penerbit diponegoro, h. 47

¹⁹Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Cet. Ke (Angka terakhir), (Jawa Barat:penerbit diponegoro,h. 66

		<ul style="list-style-type: none"> -Komoditi yang di perdagangkan -Instrumen imbalan terhadap pemilik uang di tetapkan di muka menggunakan bunga 	<ul style="list-style-type: none"> -Uang hanya sebagai alat tukar -Dilarang menggunakan sistem bunga -Memakai cara bagi hasil dari keuntungan jasa atas transaksi rill
2.	Peran dan Fungsi Bank	<ul style="list-style-type: none"> -Sebagai penghimpun dana masyarakat dan meminjamkan kembali ke masyarakat dalam bentuk kredit dengan imbalan bunga -Sebagai penyedia jasa pembayaran -Menerapkan hubungan dbitur kreditur antara bank dengan nasabah 	<ul style="list-style-type: none"> -Sebagai penerima dana tititpan nasabah -Sebagai manager investasi -Sebagai investor -Sebagai penyedia jasa pembayaran selama tidak bertentangan dengan syariah -Menerapkan hubungan kemitraan (investor timbal balik pengeola investasi)
3.	Resiko Usaha	Resiko bank tidak ada kaitannya dengan resiko debitur dan sebaliknya antara pendapatan bunga	Di hadapi bersama antara bank dan nasabah bank dan nasabah tidak mengenal negative spread (selisih negatif)

		dengan beban bunga di mungkinan menjadi selisih negatif	
4.	Sistem pengawasan	Tidak adanya nilai religius yang mendasari operasional sehingga aspek moralitas seringkali di langgar	Ada Dewan Pengawas Syariah, sehingga operasional bank syariah tidak menyimpang dari syariah

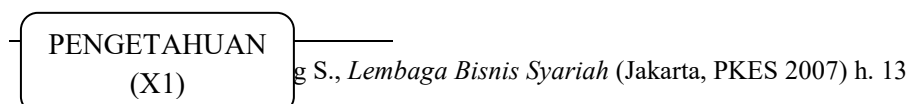
Perbedaan pembiayaan antara bank konvensional dengan bank syariah dilihat dari apayang menjadi pinjaman adalah sebagai berikut :

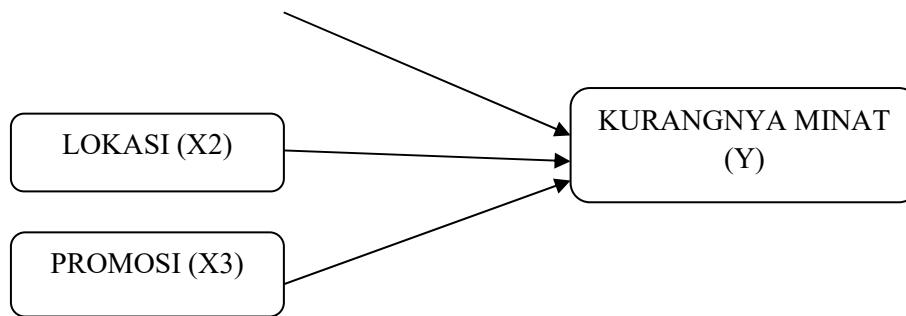
- g. Bank Konvensional : Hutang Pokok di tambah Bunga
- h. Bank Syariah : Harga barang baru yang telah di sepakati bersama antara bank dengan nasabah²⁰

5. KERANGKA PIKIR

Dalam memecahkan suatu masalah perlu disusun suatu kerangka pikir agar mempunyai bentuk yang terarah pada pemecahan masalah. skema pemikiran “Pengaruh Pengetahuan, Lokasi dan Promosi terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Mengambil Pembiayaan pada Bank Syariah di Kecamatan Wara Utara Kota Palopo” adalah sebagai berikut :

Gambar 2.1 Kerangka Pikir





Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, dapat dijelaskan bahwa kurangnya minat masyarakat muslim di Kecamatan Wara Utara tidak mengambil pembiayaan di bank syariah di pengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain pengetahuan, lokasi dan promosi.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengetahuan, lokasi dan promosi Sedangkan variabel dependen yaitu kurangnya minat masyarakat muslim mengambil pembiayaan pada bank syariah di kota palopo.

Variabel pengetahuan mempunyai pengaruh secara langsung terhadap keputusan muslim untuk menggunakan bank syariah. Muslim yang berpengetahuan tinggi mengenai bank syariah akan menggunakan bank syariah dalam hal ini mengambil pembiayaan.

Variabel Lokasi secara langsung akan mempengaruhi keputusan calon nasabah dalam menggunakan bank syariah. Semakin dekat lokasi bank syariah, semakin besar kemauan dan kemampuan untuk menggunakan bank syariah. Sebaliknya, semakin jauh lokasi bank syariah maka semakin rendah kemauan dan kemampuan dalam menggunakan bank syariah.

Variabel Promosi secara langsung akan mempengaruhi keputusan calon nasabah dalam menggunakan bank syariah. Semakin sering bank mempromosikan produknya maka masyarakat luas akan semakin mengenal bank syariah dan menimbulkan keinginan untuk menggunakan bank syariah.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Berdasarkan masalah yang dikemukakan diatas Jenis penelitian yang di gunakan adalah jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang lebih berdasarkan pada data yang dapat dihitung untuk menghasilkan suatu penaksiran.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Kecamatan Wara Utara Kota Palopo dan di fokuskan terhadap masyarakat muslim yang tidak mengambil pembiayaan pada bank syariah .penelitian ini dilakukan pada tanggal 25 maret sampai 25 april 2019.

C. Populasi dan Sampel

Populsi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di teliti atau dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Kecamatan Wara Utara Kota Palopo sebanyak 23.707 jiwa.¹

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.²Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengambilan sampel

¹[Http://makassar.tribunnews.com/2017/07/13/dukcapil-penduduk-kota-palopo-202483-jiwa](http://makassar.tribunnews.com/2017/07/13/dukcapil-penduduk-kota-palopo-202483-jiwa)(diakses 18 februari 2019)

²Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2013, h. 119-120.

probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.³Sampel dapat di definisikan sebagai suatu bagian yang di tarik dari populasi. Untuk menentukan jumlah sample yang dihitung dari suatu populasi maka di gunakan teknik slovin

$$\text{Rumus: } n = \frac{N}{1 + N \cdot (e)^2}$$

n = sampel

N = populasi

e = perkiraan tingkat kesalahan²

Maka besarnya sampel dalam penelitian ini adalah :

$$\frac{23.707}{1 + 23.707 \cdot 0.1^2}$$

$$= 99,5$$

$$n = 100$$

sampel dalam penelitian ini yaitu sebesar 100 responden.

D. Sumber Data

Sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Data Primer adalah data yang pengumpulan datanya dilakukan melalui teknik kuesioner dari sumbernya. Dalam penelitian ini data yang di peroleh dari jawaban para responden terhadap rangkaian pertanyaan yang digunakan oleh

³Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Cet, XVII; Bandung Alfabeta, 2013), h. 120

peneliti. Responden yang menjawab daftar kuesioner tersebut oleh masyarakat muslim yang tidak mengambil pembiayaan pada Bank Syariah Kecamatan Wara Utara Kota Palopo.

2. Data Sekunder merupakan sumber data penelitian yang di peroleh peneliti yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data.⁴ Data sekunder dalam penelitian ini berupa data-data mengenai keadaan penduduk dan jumlah Masyarakat Kecamatan Wara Utara Kota Palopo.

E. Pengukuran Variabel Penelitian

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang di gunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada di dalam alat ukur, sehingga apabila alat ukur tersebut digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert.

Skala likert di gunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang penomena sosial. Dengan skala likert maka variabel yang akan di ukur dijabarkan menjadi indikator kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang berupa pertanyaan dan pernyataan.

Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang terdapat berupa kata-kata antara lain:

1. Sangat setuju (SS)

⁴Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Cet. XVII; Bandung: Alfabeta, 2013), h. 402.

2. Setuju (S)
3. Netral (N)
4. Tidak setuju (TS)
5. Sangat tidak setuju (STS)

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk pengumpulan data yaitu metode kuesioner.

kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan menyebarkan pertanyaan atau pernyataan kepada responden dengan harapan responden merespon daftar pertanyaan tersebut.

G. Uji instrumen Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas Instrumen

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin di ukur. Dalam suatu penelitian, yang bersifat deskriptif melibatkan variabel/konsep yang tidak bisa di ukur secara langsung, masalah validitas tidak sederhana, didalamnya juga menyangkut penjabaran konsep dari tingkat teoretis sampai empiris namun bagaimana suatu instrumen penelitian harus valid agar hasilnya dapat dipercaya.⁵ Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu koesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh koesioner tersebut.

⁵Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), h. 75.

b. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu koefisien yang merupakan indikator dari variabel. Reliabilitas diukur dengan uji statistik *Cronbach's Alpha* (α) dengan nilai *alpha* dengan standarnya, reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai Cronbach's Alpha $>0,60$.⁶

H. Analisis Data

Analisis data merupakan bagian yang amat penting, karena dengan analisis data tersebut dapat diberi arti dan makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian.⁷

Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Uji asumsi klasik

Model regresi linear dapat disebut sebagai model baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi yang kemudian disebut dengan asumsi klasik. Adapun asumsi klasik yang harus terpenuhi dalam model analisis regresi linear yaitu :

a. Uji Normalitas

Tujuan dilakukannya uji normalitas terhadap serangkaian data adalah untuk mengetahui apakah populasi data terdistribusi normal atau tidak. Bila data berdistribusi normal, maka dapat digunakan uji statistik berjenis parametrik.

⁶Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika untuk Penelitian*, h.353

⁷M. naszir, *"Metode Penelitian"*(Jakarta: ghalia Indonesia), h. 346.

Sedangkan bila data tidak berdistribusi normal, maka digunakan uji statistik non parametrik.⁸

b. Uji Multikolonearitas

Uji multikolonearitas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolonearitas. Gejala multikolonearitas adalah gejala korelasi antara variabel independen, model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi Heteroskedastisitas dengan melihat grafik *scatterplot* antara *standardized predicted value* (ZPRED) dengan *studentized residual* (SPESID) jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.⁹

I. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai adanya pengaruh variabel pengetahuan (X_1),

⁸Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), h. 153.

⁹Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, (Yogyakarta: ANDI, 2012) h. 143

lokasi (X_2), promosi (X_3) secara persial maupun simultan terhadap kurangnya minat masyarakat (Y).

Persamaan regresi liniear berganda adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Dimana :

Y = Kurang Minat Masyarakat Muslim Mengambil Pembiayaan di Bank syariah

X_1 = Pengetahuan

X_2 = Lokasi

X_3 = Promosi

a = Intersip atau Konstanta

b_{123} = Koefisien Regresi

a. Uji T (Uji Persial)

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel secara persial terhadap variabel dependen berdasarkan nilai signifikansi 0,05. Jika signifikansi < 0,05 H_0 di tolak dan jika signifikansi > 0,05 maka H_0 diterima. Dalam hal ini peneliti akan menguji secara persial antara variabel pengetahuan (X_1), lokasi (X_2) dan promosi (X_3) terhadap kurangnya minat masyarakat (Y).

b. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terkait berdasarkan nilai signifikansi 0,05. Jika signifikansi < 0,05 maka H_0 ditolak dan jika signifikansi > 0,05 maka H_0 diterima. Dalam hal ini peneliti

akan menguji secara simultan antara variabel pengetahuan (X_1), lokasi (X_2) dan promosi (X_3) terhadap kurangnya minat masyarakat (Y).

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pada model regresi linier berganda ini, akan dilihat besarnya kontribusi untuk variabel bebas terhadap variabel terikat dengan melihat besarnya koefisien determinasi totalnya (R^2). R Square (R^2) atau kuadrat R, yaitu menunjukkan nilai koefisien determinasi. Angka ini diubah kedalam bentuk %, yang artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Profil Lokasi Penelitian Kecamatan Wara Utara Kota Palopo

Kecamatan Wara Utara Kota palopo merupakan satu kesatuan dari sembilan Kecamatan yang ada di Kota Palopo . secara administratif pemerintah Kecamatan Wara Utara terdiri dari 6 kelurahan yakni Kelurahan Batupasi, Kelurahan Luminda, Kelurahan Pattene, Kelurahan Penggoli, Kelurahan Sabbamparu (Sabbang Baru) dan yang terakhir Kelurahan Salobulo, dan juga memiliki 26RW dan 83RT untuk membantu menjalankan tugas pelayanan pada masyarakat yang menjadi tanggung jawab pemerintah daerah.Dan Luas wilayah KecamatanWara Utara Kota palopo adalah 10.58 km².

a. Keadaan Penduduk

Penduduk kecamatan Wara Utara kota Palopo selain sebagai subyek jugasekaligus sebagai obyek dari semua bidang pembangunan. Oleh karena itu aspek kependudukan harus selalu menjadi pertimbangan utama dalam setiap perencanaan pembangunan. Jumlah penduduk kecamatan Wara Utara kota Palopo yakni 23.707 jiwa. Terdiri dari 11.397 jiwa penduduk laki-laki dan 12.310 jiwa penduduk perempuan.

b. Pendidikan

Sudah menjadi kesadaran bersama bahwa pendidikan saat ini memegang peranan yang sangat penting di dalam menentukan masa depan suatu bangsa. Oleh karena itu pembangunan di bidang pendidikan ini sudah seharusnya mendapatkan perhatian yang serius dari semua pihak.

Berdasarkan data tahun 2018 data jumlah sarana pendidikan di Kecamatan Wara Utara kota Palopo menurut kelurahan sebagai berikut:

Tabel 4.1 Sarana Pendidikan di Kecamatan Wara Utara

Kelurahan	TK	SD	SMP	SMA	SMK	PT. Akademi
Batupasi	3	1	-	-	-	2
Sabamparu	2	1	1	-	-	-
Salobulo	2	3	2	-	1	2
Penggoli	-	-	-	-	-	-
Luminda	1	1	2	-	-	1
Pattene	2	2	1	2	1	-
Jumlah	10	8	6	3	2	5

Sumber Data:Dinas Pendidikan Kota Palopo dalam Angka 2018

Adapun di setiap pendidikan memiliki masing-masing kelas, siswa, dan banyaknya guru di setiap kelurahan kecamatan Wara Utara kota Palopo sebagai berikut:

Tabel 4.2 Banyaknya Kelas,Siswa Dan Guru di Kec. Wara Utara

Nama Sekolah	Kelas	Siswa	Guru
SD Negeri	82	1.502	73
SD Swasta	28	1.086	49
SMP Negeri	46	1.434	87
SMP Swasta	23	358	47
MTS	3	68	14
SMA Negeri	36	986	62
SMA Swasta	12	191	27
SMK Negeri	47	1.291	89
SMK Swasta	14	212	25
Perguruan tinggi	5	7.415	284

Sumber Data: Dinas Pendidikan Kota Palopo dalam angka 2018

c. Kesehatan

Tersedianya sarana kesehatan yang cukup memadai di Kecamatan Wara Utara Kota Palopo seperti rumah sakit, rumah bersalin, puskesmas, dan balai kesehatan ibu dan anak yang sangat menunjang peningkatan kesehatan masyarakat Kecamatan Wara Utara Kota Palopo

Adapun sarana kesehatan yang di sediakan oleh pemerintah Kecamatan Wara Utara Kota Palopo yaitu rumah sakit bintang laut yang tepat berada di kelurahan Pattene, puskesmas Wara Utara yang berada di kelurahan Salobulo, dan tempat posyandu yang terbagi di dalam masing-masing kelurahan seperti kelurahan Batupasi meliputi 3 tempat posyandu, kelurahan Sabbamparu meliputi 4 tempat posyandu, kelurahan Salobulo meliputi 6 tempat posyandu, kelurahan Penggoli meliputi 3

tempat posyandu, kelurahan Luminda meliputi 4 tempat posyandu, dan kelurahan Pattene meliputi 3 tempat posyandu. Pemerintah Kecamatan Wara Utara sangat mementingkan kesehatan masyarakatnya .

B. Analisis Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Wara Utara Kota Palopo yang menguraikan mengenai Pengaruh pengetahuan lokasi dan promosi terhadap kurangnya minat masyarakat muslim mengambil pembiayaan pada bank syariah di Kecamatan Wara Utara Kota Palopo. Hal ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengetahuan, lokasi dan promosi terhadap kurangnya minat masyarakat muslim mengambil pembiayaan pada bank syariah di Kecamatan Wara Utara Kota Palopo, dalam penelitian ini di ambil sebanyak 100 masyarakat kecamatan Wara Utara Kota Palopo sebagai sampel responden.

Karakteristik responden yaitu menguraikan identitas responden menurut sampel penelitian yang telah diterapkan .salah satu tujuan deskripsi karakteristik responden adalah memberikan gambaran yang menjadi sampel pada penelitian ini.

Dalam penelitian sampel, karakteristik responden menurut jenis kelamin, umur, dan pekerjaan. Oleh karena itulah uraian mengenai karakteristik responden dapat di uraikan sebagai berikut.

1. Karakteristik Identitas Responden

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan WaraUtara Kota Palopo sebanyak 100 orang yang di temui penulis pada saat penelitian

berlangsung. Terdapat beberapa karakteristik responden yang di masukkan dalam penelitian ini yaitu berdasarkan jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir dan pekerjaan.

a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin merupakan salah satu hal yang paling mendalam dalam penelitian ini, karena jenis kelamin seseorang akan mempengaruhi pendapat mereka mengenai suatu objek. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Tanggapan Responden	
	Jumlah	Presentase (%)
Perempuan	60	60%
Laki-Laki	40	40%
Total	100	100%

Sumber Data : Data Primer diolah 2019

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang berdasarkan jenis kelamin , maka jumlah responden terbesar adalah berjenis kelamin perempuan yakni 60 orang responden atau sebesar 60% dan responden berjenis kelamin yakni 40 orang atau sebesar 40%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata masyarakat kecamatan wara utara didominasi oleh perempuan.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Adapun karakteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat melalui tabel berikut ini.

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Usia	Tanggapan Responden	
	Orang	Presentase
Umur 20-29 Tahun	68	68%
Umur 30-39 Tahun	13	13%
Umur 40-49 Tahun	11	11%
Umur 50-60 Tahun	8	8%
Umur > 60 Tahun	0	0
Total	100	100%

SumberData : Data Primer yang diolah 2019

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa dari 100 responden maka umur responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah antara umur 20-29 tahun yakni sebesar 68 orang atau 68%, umur 30-39 tahun yakni sebesar 13 orang atau 13%, umur 40-49 tahun yakni sebanyak 11 orang atau 11% dan umur 50-60 tahun sebesar 8 orang atau 8%.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Data Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Jenis Pendidikan	Tanggapan Responden	
	Jumlah	Presentase
SD	8	8%
SMP	11	11%
SMA	55	55%
D3	10	10%
S1	16	16%
Total	100	100%

Sumber Data: Data primer yang di olah 2019

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti, maka jumlah responden yang berpendidikan SD sebanyak 8 orang atau 8%, SMP sebanyak 11 orang atau 11%, SMA sebanyak 55 orang atau 55%, D3 sebanyak 10 orang atau 10% dan S1 sebanyak 16 orang atau 16%.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Adapun data karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan dapat dilihat padatabel berikut ini:

Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Tanggapan Responden	
	Jumlah	Presentase
Mahasiswa	40	40%
Pegawai Swasta	10	10%
PNS/TNI/POLRI	17	17%
Wiraswasta	12	12%
Lain-lain	21	21%
Total	100	100%

Sumber Data:Data Primer yang di olah 2019

Berdasarkan tabel di atas yakni karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan yang menunjukkan 100 responden yang diteliti, maka jumlah responden yang jenis pekerjaannya sebagai mahasiswa sebanyak 40 orang, pegawai swasta sebanyak 10 orang, PNS/TNI/POLRI sebanyak 17 orang, wiraswasta sebanyak 12 orang dan Lain-lain sebanyak 21 orang.

2. Analisis dan Pembahasan Deskriptif Variabel

Untuk melihat tanggapan responden terhadap indikator-indikator dan juga perhitungan skor bagi variabel Pengetahuan (X_1), Lokasi (X_2), Promosi (X_3), dan kurangnya Minat Masyarakat Muslim mengambil Pembiayaan pada Bank Syariah (Y). Maka penulis menguraikan sebagai berikut:

Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai variabel pengetahuan (X_1)

No Item	Kategori					Persentase				
	SS	S	N	TS	STS	SS	S	N	TS	STS
1	41	49	8	2	0	41%	49%	8%	2%	0%
2	28	46	18	8	0	28%	46%	18%	8%	0%
3	24	49	15	12	0	24%	49%	15%	12%	0%
4	22	59	15	4	0	22%	59%	15%	4%	0%
5	16	57	16	11	0	16%	57%	16%	11%	0%

Sumber Data:Data yang diolah 2019

Berdasarkan data di atas dengan jumlah responden 100, tanggapan responden mengenai variabel pengetahuan dimana hasil angka untuk variabel pengetahuan setiap item dapat di jelaskan sebagai berikut:

1. Pada item pertama, 41% responden menyatakan sangat setuju bahwa kurangnya pengetahuan masyarakat tentang pembiayaan yang ada pada bank syariah, 49% menyatakan setuju, 8% menyatakan netral dan 2% menyatakan tidak setuju. Dari tanggapan responden di atas yang paling banyak menjawab sangat setuju dan setuju bahwa kurangnya pengetahuan masyarakat tentang pembiayaan yang ada pada bank syariah karena kurangnya pemahaman masyarakat tentang produk/jasa yang ditawarkan oleh bank syariah.
2. Pada item kedua, 28% responden menyatakan sangat setuju bahwa mereka kurang mengetahui penerapan bank syariah itu adalah bank yang berdasarkan Al-qur'an dan assunah, 46% menyatakan setuju, 18% menyatakan netral dan 8% menyatakan tidak setuju. Dari tanggapan responden yang banyak menjawab setuju dan sangat setuju karena masyarakat kurang mengetahui penerapan bank syariah dan belum memahami dengan baik konsep bank syariah bahwa bank syariah adalah bank yang berdasarkan Al-Qur'an dan Assunah.
3. Pada item ketiga, 24% responden menyatakan sangat setuju bahwa mereka kurang mengetahui bahwa bank syariah bebas dari riba dan bersifat tolong menolong, 49% menyatakan setuju, 15% menyatakan netral dan 12% menyatakan tidak setuju. Dari tanggapan responden di atas bahwa banyaknya masyarakat yang menjawab setuju dan sangat setuju karena kurang mengetahui bahwa bank syariah bebas dari riba dan bersifat tolong menolong,

yang mereka ketahui bahwa bank syariah dan bank konvensional itu sama saja hanya berbeda dari segi istilah saja.

4. Pada item keempat, 22% responden menyatakan sangat setuju bahwa mereka kurang mengetahui sistem keuntungan yang digunakan di bank syariah dengan sistem bagi hasil, 59% menyatakan setuju, 15% menyatakan netral dan 4% menyatakan tidak setuju. Dari tanggapan responden di atas yang banyak menjawab setuju dan sangat setuju bahwa masyarakat kurang mengetahui dengan pasti sistem keuntungan yang digunakan di bank syariah itu menggunakan sistem bagi hasil.
5. Pada item kelima, 16% responden menyatakan sangat setuju bahwa menurut mereka proses untuk mengambil pembiayaan di bank syariah tidak mudah, 57% menyatakan sangat setuju, 16% menyatakan netral dan 11% menyatakan tidak setuju. Dari tanggapan responden di atas yang paling banyak menjawab setuju dan sangat setuju bahwa mereka belum memahami dengan baik bagaimana kegiatan operasional bank syariah sehingga mereka menyimpulkan bahwa proses untuk mengambil pembiayaan pada bank syariah itu tidaklah mudah.

Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai variabel Lokasi (X₂)

No Item	Kategori					Persentase				
	SS	S	N	TS	STS	SS	S	N	TS	STS
1	18	53	20	8	1	18%	53%	20%	8%	1%
2	20	56	15	7	2	20%	56%	15%	7%	2%
3	5	46	26	22	1	5%	46%	26%	22%	1%

Sumber Data:Data yang diolah 2019

Berdasarkan data di atas dengan jumlah responden 100, tanggapan responden mengenai variabel Lokasi dimana hasil angka untuk variabel lokasi setiap itemnya dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pada item pertama, 18% responden menyatakan sangat setuju bahwa lokasi Bank Syariah di Palopo kurang strategis saluran (jumlah kantor) bank syariah di Kota Palopo sangat kurang, 53% menyatakan setuju, 20% menyatakan netral, 8% menyatakan tidak setuju dan 1% menyatakan sangat tidak setuju. Dari tanggapan responden yang banyak menjawab setuju dan netral karena jauhnya rumah dari tempat lokasi bank syariah sehingga banyak masyarakat yang mengatakan jumlah kantor bank syariah sangat kurang, sedangkan yang menjawab netral karena sudah mengetahui bagaimana perbankan syariah itu sendiri dan lokasi tidak menjadi masalah bagi mereka.
2. Pada item kedua, 20% responden menyatakan sangat setuju bahwa lokasi atm Bank Syariah sulit ditemukan di keramaian Kota Palopo, 56% menyatakan setuju, 15% menyatakan netral, 7% menyatakan tidak setuju dan 2% menyatakan sangat tidak setuju. Dari tanggapan responden yang banyak

menjawab setuju dan sangat setuju bahwa di Kota Palopo lokasi ATM Bank Syariah sulit ditemukan di tempat keramaian dan kurangnya ATM Bank syariah.

3. Pada item ketiga, 5% responden menyatakan sangat setuju bahwa Bank Syariah tidak mudah ditemukan di Kota Palopo, 46% menyatakan setuju, 26% menyatakan netral, 22% menyatakan tidak setuju dan 1% menyatakan sangat tidak setuju. Dari tanggapan responden yang banyak menjawab setuju dan netral bahwa lokasi bank syariah tidak mudah untuk ditemukan karena jauhnya rumah dari lokasi bank syariah, karena memang tidak mau tahu dimana lokasi bank syariah karena sudah merasa nyaman menggunakan bank konvensional dan yang menjawab netral karena mereka mengetahui tempat atau lokasi bank syariah yang ada di Kota Palopo.

Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai variabel Promosi (X₃)

No Item	Kategori					Persentase				
	SS	S	N	TS	STS	SS	S	N	TS	STS
1	16	73	8	3	0	16%	73%	8%	3%	0%
2	13	76	9	2	0	13%	76%	9%	2%	0%
3	9	73	14	4	0	9%	73%	14%	4%	0%
4	12	71	14	3	0	12%	71%	14%	3%	0%
5	9	74	15	2	0	9%	74%	15%	2%	0%

Sumber Data:Data yang diolah 2019

Berdasarkan data di atas dengan jumlah responden 100, tanggapan responden mengenai variabel promosi dimana hasil angka untuk variabel promosi setiap item dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pada item pertama, 16% responden menyatakan sangat setuju bahwa kurangnya sosialisasi dari pihak Bank untuk memperkenalkan mengenai Pembiayaan yang ada di Bank Syariah kepada masyarakat, 73% menyatakan setuju, 8% menyatakan netral dan 3% menyatakan tidak setuju. Dari tanggapan responden di atas yang banyak menjawab setuju dan sangat setuju karena bank syariah hanya membagikan brosur kepada masyarakat di Kecamatan Wara Utara tanpa menjelaskan dengan jelas pembiayaan apa saja yang ada di bank syariah tersebut dan memang kurangnya sosialisasi dari pihak bank untuk memperkenalkan pembiayaan yang ada di bank syariah kepada masyarakat,
2. Pada item kedua, 13% responden menyatakan sangat setuju bahwa Kurangnya Promosi langsung kepada masyarakat mengenai pembiayaan yang ada di Bank Syariah, 76% menyatakan setuju, 9% menyatakan netral dan 2% menyatakan tidak setuju. Dari tanggapan responden yang banyak menjawab setuju dan sangat setuju bahwa masyarakat kurang mengetahui promosi langsung yang dilakukan pihak bank mengenai pembiayaan yang ada di bank syariah.
3. Pada item ketiga, 9% responden menyatakan sangat setuju bahwa Jarangnya program Promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah dengan mengadakan event untuk memperkenalkan produk pembiayaan, 73% menyatakan setuju, 14% menyatakan netral dan 4% menyatakan tidak setuju. Dari tanggapan responden yang banyak menjawab setuju dan netral karena masyarakat jarang

mendapatkan informasi tentang promosi-promosi yang ditawarkan pada bank syariah dan yang menjawab netral karena mereka memang pernah melihat promosi yang dilakukan oleh bank syariah.

4. Pada item keempat, 12% responden menyatakan sangat setuju bahwa Kurangnya Iklan mengenai pembiayaan yang ada di Bank Syariah baik melalui media cetak maupun elektronik, 71% menyatakan setuju, 14% menyatakan netral dan 3% menyatakan tidak setuju. Dari tanggapan responden di atas yang banyak menjawab setuju dan netral karena masyarakat kurang mengetahui iklan mengenai pembiayaan yang ditawarkan oleh bank syariah dan yang menjawab netral karena sudah pernah melihat atau mendengar iklan mengenai pembiayaan yang ditawarkan oleh bank syariah akan tetapi belum memahami dengan tepat pembiayaan yang diawarkan oleh pihak bank syariah.
5. Pada item kelima, 9% responden menyatakan sangat setuju bahwa Bank Syariah di Kota Palopo kurang melakukan periklanan untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai keunggulan-keunggulan dari pembiayaan yang ada di Bank Syariah, 74% menyatakan setuju, 15% menyatakan netral dan 2% menyatakan tidak setuju. Dari tanggapan responden di atas yang banyak menjawab setuju dan netral bahwa Bank Syariah kurang melakukan periklanan untuk memberikan informasi langsung kepada masyarakat sehingga masyarakat kurang mengetahui keunggulan-keunggulan pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah dan yang

menjawab netral karena pernah mendengar atau melihat periklanan yang dilakukan oleh pihak bank syariah.

Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai variabel Kurangnya Minat Masyarakat Muslim (Y)

No Item	Kategori					Persentase				
	SS	S	N	TS	STS	SS	S	N	TS	STS
1	15	57	22	4	2	15%	57%	22%	4%	2%
2	13	57	20	9	1	13%	57%	20%	9%	1%
3	12	64	20	4	0	12%	64%	20%	4%	0%

Sumber Data:Data yang diolah 2019

Berdasarkan data di atas dengan jumlah responden 100, tanggapan responden mengenai variabel kurangnya minat masyarakat muslim dimana hasil angka untuk variabel kurangnya minat masyarakat muslim setiap item dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pada item pertama, 15% responden menyatakan sangat setuju bahwa Kurangnya Pengetahuan tentang Bank Syariah sangat mempengaruhi terhadap kurangnya minat saya mengambil pembiayaan pada Bank Syariah, 57% menyatakan setuju, 22% menyatakan netral, 4% menyatakan tidak setuju dan 2% menyatakan sangat tidak setuju. Dari tanggapan responden yang banyak menjawab setuju dan netral karena banyak di antara masyarakat yang masih kurang pengetahuannya tentang bank syariah sehingga sangat mempengaruhi kurangnya minat masyarakat untuk mengambil pembiayaan pada bank syariah, dan yang menjawab netral karena sudah mengetahui tentang

perbankan syariah akan tetapi sudah nyaman menggunakan bank konvensional sehingga mempengaruhi kurangnya minat masyarakat untuk mengambil pembiayaan pada bank syariah.

2. Pada item kedua, 13% responden menyatakan sangat setuju bahwa Lokasi yang kurang strategis serta jumlah kantor Bank Syariah yang masih kurang sangat mempengaruhi terhadap kurangnya minat saya mengambil pembiayaan pada Bank Syariah, 57% menyatakan setuju, 20% menyatakan netral, 9% menyatakan tidak setuju, 1% menyatakan sangat tidak setuju. Dari tanggapan responden yang banyak menjawab setuju dan netral bahwa kurangnya jumlah kantor bank syariah yang sangat mempengaruhi kurangnya minat masyarakat mengambil pembiayaan pada bank syariah, dan yang menjawab netral karena kurangnya jumlah kantor tidak menjadi masalah untuk mereka mengambil pembiayaan pada bank syariah.
3. Pada item ketiga, 12% responden menyatakan sangat setuju bahwa kurangnya promosi yang dilakukan bank syariah sangat mempengaruhi terhadap kurangnya minat saya mengambil pembiayaan pada Bank syariah, 64% menyatakan setuju, 20% menyatakan netral dan 4% menyatakan tidak setuju. Dari tanggapan responden diatas yang banyak menjawab setuju dan netral karena masyarakat kurang mengetahui promosi yang dilakukan oleh bank syariah sehingga sangat mempengaruhi minat masyarakat mengambil pembiayaan pada bank syariah. Dan yang menjawab netral karena mengetahui promosi yang dilakukan oleh pihak bank syariah tetapi sudah nyaman

menggunakan bank konvensional sehingga mempengaruhi minat masyarakat mengambil pembiayaan pada bank syariah.

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas pada Variabel Pengetahuan (X_1)

Item	Corrected Item- Total Correlation	r_{tabel}	KET
Item1	0,598	0,195	Valid
Item2	0,777	0,195	Valid
Item3	0,677	0,195	Valid
Item4	0,646	0,195	Valid
Item5	0,724	0,195	Valid

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa semua item pada variabel Pengetahuan (X_1) dapat dinyatakan valid karena masing-masing item pernyataan memiliki nilai korelasi positif dan lebih dari 0,195.

Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas pada Variabel Lokasi (X_2)

Item	Corrected Item- Total Correlation	r_{tabel}	KET
Item1	0,785	0,195	Valid
Item2	0,785	0,195	Valid
Item3	0,829	0,195	Valid

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa semua item pada variabel Lokasi (X_2) dapat dinyatakan valid karena masing-masing item pernyataan memiliki nilai korelasi positif dan lebih dari 0,195.

Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas pada Variabel Promosi (X_3)

Item	Corrected Item- Total Correlation	r_{tabel}	KET
Item1	0,731	0,195	Valid
Item2	0,681	0,195	Valid
Item3	0,601	0,195	Valid
Item4	0,730	0,195	Valid
Item5	0,717	0,195	Valid

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa semua item pada variabel Promosi (X_3) dapat dinyatakan valid karena masing-masing item pernyataan memiliki koefisien positif dan lebih dari 0,195.

Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas pada Variabel Kurangnya Minat Masyarakat Muslim (Y)

Item	Corrected Item- Total Correlation	r_{tabel}	KET
Item1	0,838	0,195	Valid
Item2	0,866	0,195	Valid
Item3	0,753	0,195	Valid

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa semua item pada variabel Kurangnya Minat Masyarakat Muslim (Y) dapat dinyatakan valid karena masing-masing item pernyataan memiliki koefisien positif dan lebih dari 0,195.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu koefisien yang merupakan indikator dari variabel. Dimana *SPSS* memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach's Alpha* dengan nilai alpha dengan standarnya, reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$.

Tabel 4.15
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pengetahuan (X_1)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.718	5

Berdasarkan tabel di atas hasil Uji Reliabilitas variabel pengetahuan (X_1) di atas 5 item indikator memiliki *Cronbach's Alpha* sebesar 0,718 yaitu lebih besar dari 0,6. Berdasarkan ketentuan di atas maka indikator-indikator dalam penelitian ini di katakan reliabel.

Tabel 4.16**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X_2)****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.718	3

Berdasarkan tabel uji reliabilitas variabel Lokasi (X_2) di atas 3 item indikator memiliki Cronbach's Alpha sebesar 0,718 yaitu lebih besar dari 0,6. Berdasarkan ketentuan di atas maka indikator-indikator dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

Tabel 4.17**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X_3)****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.717	5

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas Variabel Promosi (X_3) di atas 5 item indikator memiliki Cronbach's Alpha sebesar 0,717 yaitu lebih besar dari 0,6. Berdasarkan ketentuan di atas maka indikator-indikator dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

Tabel 4.18

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kurangnya Minat Masyarakat Muslim (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.756	3

Berdasarkan tabel di hasil uji reliabilitas variabel Kurangnya Minat Masyarakat Muslim (Y) di atas 3 item indikator memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,756 yaitu lebih besar dari 0,6. Berdasarkan ketentuan di atas maka indikator-indikator dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

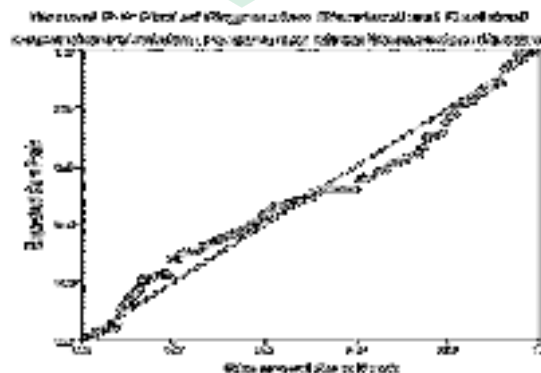
C. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Maka dapat di ketahui hasilnya pada hasil output *SPSS 24 For windows* di bawah ini:

Gambar 4.1

Hasil Uji Normalitas



Berdasarkan gambar diatas Normal Probability Plot menunjukkan bahwadata penyebar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal atau grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal maka model regresinya memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Maka dapat di ketahui hasilnya pada hasil output *SPSS 24 For windows* di bawah ini:

Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1.540	1.353		-1.139	.258		
Pengetahuan	.193	.053	.279	3.616	.000	.821	1.218
Lokasi	.347	.072	.378	4.803	.000	.788	1.269
Promosi	.262	.064	.312	4.123	.000	.852	1.174

a. Dependent Variable: Kurangnya Minat Masyarakat Muslim

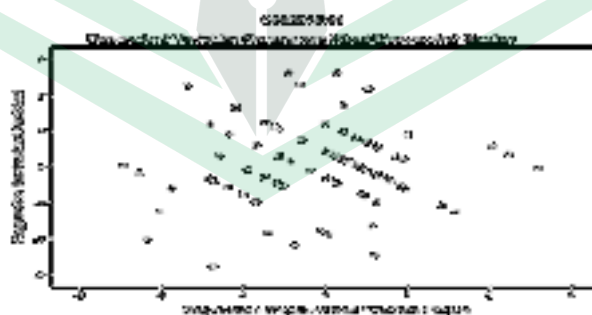
Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas yang dilakukan diketahui bahwa nilai tolerance ketiga variabel kurang dari 0,10 dan VIF lebih dari 10. Sehingga tidak terjadi masalah multikolinearitas pada model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dengan melihat pola titik-titik pada scatterplot regresi. Metode ini dilakukan dengan cara melihat grafik scatterplot antara standarliazes predicted value (ZPRED) dengan studenies (SRESID), ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y merupakan Y yang telah di prediksi dan sumbu X merupakan residual (Y prediksi Y sesungguhnya). Dasar pengambilan keputusan yaitu:

- Jika pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadilah heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik penyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan hasil gambar di atas menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik penyebar di atas pada sumbu Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

D. Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya yaitu mengetahui apakah tiga pengaruh variabel pengetahuan, lokasi dan promosi terhadap kurangnya minat masyarakat mengambil pembiayaan pada bank syariah. Maka dapat di ketahui hasilnya pada hasil output *SPSS 24 For windows* di bawah ini:

Tabel 4.20 Hasil Analisis Regresi berganda

		Coefficients^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.540	1.353		-1.139	.258
	Pengetahuan	.193	.053	.279	3.616	.000
	Lokasi	.347	.072	.378	4.803	.000
	Promosi	.262	.064	.312	4.123	.000

a. Dependent Variable: Kurangnya Minat Masyarakat Muslim

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel di atas diperoleh koefisien untuk variabel Pengetahuan $X_1 = 0,193$, $X_2 = 0,347$, $X_3 = 0,262$ dan konstanta sebesar -1,540 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = -1,540 + 0,193X_1 + 0,347X_2 + 0,264X_3$$

Dimana :

$$Y = \text{Kurangnya Minat Masyarakat Muslim}$$

a = konstanta

X_1 = Pengetahuan

X_2 = Lokasi

X_3 = promosi

b_1 = koefisien variabel pengetahuan

b_2 = koefisien variabel lokasi

b_3 = koefisien variabel promosi

Dari persamaan di atas dapat di ambil kesimpulan bahwa:

- a. Konstanta sebesar -1,540 memberikan arti bahwa jika variabel Pengetahuan (X_1), variabel Lokasi (X_2) dan variabel promosi (X_3) nilainya adalah 0 maka kurangnya minat masyarakat muslim menurun nilainya sebesar (Y) -1,540.
- b. $b_1 = 0,193$ artinya apabila tanggapan responden atas pengetahuan positif dan bertambah sebesar satu satuan, maka kurangnya minat masyarakat muslim akan mengalami peningkatan sebesar 0,193.
- c. $b_2 = 0,347$ artinya apabila tanggapan responden atas lokasi positif, maka kurangnya minat masyarakat muslim akan mengalami peningkatan sebesar 0,347.
- d. $b_3 = 0,262$ artinya apabila tanggapan responden atas promosi positif, maka kurangnya minat masyarakat muslim akan mengalami peningkatan sebesar 0,262.

Hasil analisis regresi dari tabel di atas menunjukkan bahwa hasil dari pengetahuan menurun dimana variabel Pengetahuan bertanda (-) , sedangkan lokasi dan promosi memiliki hubungan yang positif terhadap kurangnya minat masyarakat yang di tunjukkan dengan hasil yang meningkat dimana lokasi dan promosi bertanda (+).

2. Uji T (Persial)

Pengujian ini dilakukan untuk menguji dan mengetahui apakah variabel dependen (pengetahuan, lokasi dan promosi) secara individu berpengaruh terhadap variabel dependent (kurangnya minat masyarakat muslim).

Adapun dasar pengambilan keputusan berdasarkan nilai signifikansi sebagai berikut :

- a. Jika Sig. < 0,05 maka variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent
- b. Jika Sig. > 0,05 maka variabel independent tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent

Tabel 4.21 Hasil Analisis Uji T (Persial)

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.540	1.353		-1.139	.258
	Pengetahuan	.193	.053	.279	3.616	.000
	Lokasi	.347	.072	.378	4.803	.000
	Promosi	.262	.064	.312	4.123	.000

aDependent Variable: Kurangnya Minat Masyarakat Muslim

Berdasarkan tabel di atas nilai $t_{hitung} \text{ pengetahuan} = 3,616$ dengan tingkat signifikansi untuk variabel pengetahuan $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa H_{a1} diterima dan H_{o1} ditolak, artinya secara parsial variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat muslim mengambil pembiayaan pada bank syariah.

Variabel lokasi nilai $t_{hitung} \text{ lokasi} = 4,803$ dengan tingkat signifikansi untuk variabel lokasi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa H_{a2} diterima dan H_{o2} ditolak artinya secara parsial variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat muslim mengambil pembiayaan pada bank syariah.

Variabel promosi nilai $t_{hitung} \text{ promosi} = 4,123$ dengan tingkat signifikansi untuk variabel promosi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa H_{a3} diterima dan H_{o3} ditolak artinya secara parsial variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat muslim mengambil pembiayaan pada bank syariah.

3. Uji F (Simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh secara serentak (simultan) terhadap variabel dependen.

Adapun dasar pengambilan keputusan berdasarkan nilai signifikansi sebagai berikut:

- a. jika $\text{sig.} < 0,05$ maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

- b. jika $\text{sig.} > 0,05$ maka variabel independent secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent.

Tabel 4.22 Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	194.846	3	64.949	36.353	.000 ^b
	Residual	171.514	96	1.787		
	Total	366.360	99			

aDependent Variable: Kurangnya Minat Masyarakat Muslim

bPredictors: (Constant), Promosi, Pengetahuan, Lokasi

Dari hasil uji ANOVA di atas menghasilkan F hitung sebesar 36,353 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Karena nilai probabilitas (Sig.) pengujian yang lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan, lokasi dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat muslim.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi untuk tiga variabel bebas digunakan *R Square*.

Adapun hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.23 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.729 ^a	.532	.517	1.337

aPredictors: (Constant), Promosi, Pengetahuan, Lokasi

Dari hasil output di atas dapat dilihat bahwa koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,517. Hal ini berarti bahwa seluruh variabel bebas yakni pengetahuan (X_1), lokasi (X_2), dan promosi (X_3) mempunyai kontribusi secara bersama-sama sebesar 51,7% terhadap variabel kurangnya minat masyarakat muslim (Y). Sedangkan sisanya ($100\% - 51,7\% = 48,3\%$) sebesar 48,3% di pengaruhi oleh faktor-faktor lain atau variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini. Standar Error of Estimate (SEE) sebesar 1,337 semakin kecil SEE akan membuat model regresi semakin tepat memprediksi variabel independent.

E. Pembahasan

Setelah peneliti melakukan penelitian di kecamatan Wara Utara KotaPalopo dengan judul “ Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, dan Promosi Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Mengambil Pembiayaan pada Bank Syariah di Kecamatan Wara Utara Kota Palopo” maka hasil penelitian akan di jelaskan sebagai berikut:

Kecamatan Wara Utara Kota palopo merupakan satu kesatuan darisembilan kecamatan yang ada di Kota Palopo. Secara administratif pemerintah kecamatan wara utara terdiri dari 6 kelurahan yakni kelurahan Batupasi, Kelurahan Luminda,

Kelurahan Pattene, Kelurahan Penggoli, Kelurahan Sabbamparu (Saabbang Baru) dan yang terakhir Kelurahan Salobulo, dan juga memiliki 26RW dan 83RT untuk membantu menjalankan tugas pelayanan pada masyarakat yang menjadi tanggung jawab pemerintah daerah. Dan Luas wilayah Kecamatan Wara Utara Kota Palopo adalah 10.58 km². Jumlah penduduk kecamatan Wara Utara Kota Palopo yakni 23.707 jiwa. Terdiri dari 11.397 jiwa penduduk laki-laki dan 12.310 jiwa penduduk perempuan.

Masyarakat Kecamatan Wara Utara masih banyak yang kurang berminat menjadi nasabah bank syariah dalam hal mengambil pembiayaan, hal ini di buktikan dengan koesioner yang di sebarakan kepada 100 responden. Dimana semua pernyataan yang mengacu tentang pengaruh pengetahuan, lokasi dan promosi mendapatkan respon positif dari masyarakat, dan juga dapat di lihat dari uji SPSS yang menggunakan analisis linear berganda dengan menggunakan beberapa uji.

1. Berdasarkan karakteristik identitas responden menurut jenis kelamin diketahui dari 100 responden, maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jenis kelamin responden yaitu perempuan sebanyak 60 orang atau 60% dan laki-laki sebanyak 40 orang atau 40%. Kemudian menurut rata-rata umur responden dalam penelitian ini adalah antara 20-29 tahun yaitu sebanyak 68 orang. Kemudian menurut Pendidikan terakhir menunjukkan bahwa sebagian besar responden berpendidikan terakhir SMA. Dan menurut jenis pekerjaan menunjukkan bahwa sebagian besar jenis pekerjaan responden yaitu mahasiswa dengan jumlah 40 orang

2. Pada pengujian instrumen validitas dan reliabilitas

Pada pengujian instrumen validitas dan reliabilitas syarat minimum yang di anggap memenuhi syarat yaitu 0,195, jika korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,195 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid. Oleh karena itu berdasarkan hasil uji validitas variabel pengetahuan, lokasi dan promosi dan variabel kurangnya minat masyarakat muslim dari 16 *item* pernyataan dalam penelitian sudah valid sebagaimana di kemukakan dan telah memiliki nilai *correlations* di atas 0,195.

Uji reliabilitas menunjukkan bahwa dari 3 variabel di mana variabel pengetahuan, lokasi dan promosi dan variabel kurangnya minat masyarakat muslim semuanya di anggap reliabel sebab memiliki *Cronbach Alphadi* atas 0,6 sebab nilai *Cronbach Alphayang* di peroleh untuk variabel pengetahuan sebesar 0,718, lokasi sebesar 0,718, promosi sebesar 0,717 dan kurangnya minat masyarakat muslim sebesar 0,756.

3. Pada uji asumsi klasik yaitu:

Uji Normalitas dimana uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Metode regresi yang baik adalah yang memiliki nilai rasional yang terdistribusi secara normal. Dengan pengujian residual mengatakan bahwa data penyebar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal atau grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal maka model regresinya memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolonearitas di ketahui besarnya nilai *tolerance* masing-masing variabe independen yaitu pengetahuan (0,821), lokasi (0,78), dan promosi (0,852), lebih besar dari 0,10. Nilai *Variance inflation Factor* (VIF) masing-masing variabel independen yaitu pengetahuan (1,218), lokasi (1,269) dan promosi (1,174) lebih dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai *tolerance* keempat variabel kurang dari 0,10 dari nilai VIF lebih dari 10. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa tidak terjadi masalah multikolonearitas pada model regresi.

Uji Heteroskedastisitas berdasarkan nilai olahan data regresi antara variabel independen dengan nilai absolut residual. Dari output *SPSS* pada grafik *Scatterplot*, dapat di ketahui bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas. Titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.

4. Pengujian regresi

a. Pada uji persial (Uji T) berdasarkan hasil pengujian sebagai berikut :

Untuk variabel pengetahuan nilai t_{hitung} pengetahuan = 3,616 dengan tingkat signifikansi untuk variabel pengetahuan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa H_{a1} diterima dan H_{o1} di tolak, artinya variabel pengetahuan secara persial berpengaruh signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat muslim mengambil pembiayaan pada bank syariah.

Untuk variabel lokasi nilai $t_{hitung\ lokasi} = 4,803$ dengan tingkat signifikansi untuk variabel lokasi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa H_{a2} diterima dan H_{o2} ditolak artinya secara persial variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat muslim pengambil pembiayaan pada bank syariah.

Untuk variabel promosi nilai $t_{hitung\ promosi} = 4,123$ dengan tingkat signifikansi untuk variabel promosi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa H_{a3} diterima dan H_{o3} ditolak artinya secara persial variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat mengambil pembiayaan pada bank syariah.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan, lokasi dan promosi merupakan variabel yang sangat berpengaruh dalam mempengaruhi kurangnya minat masyarakat muslim mengambil pembiayaan pada bank yariah.

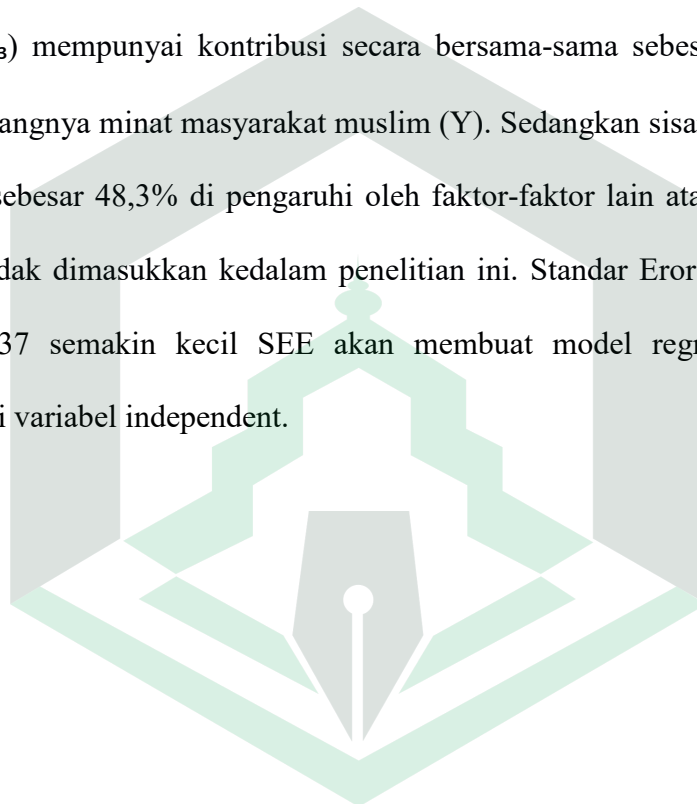
b. Pada Uji Simultan (Uji F) berdasarkan hasil pengujian sebagai berikut:

Di ketahui besar nilai F_{hitung} sebesar 36,353 dengan tingkat signifikansisebesar $0,000 < 0,05$. Karena nilai probabilitas (Sig.) pengujian yang lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan, lokasi dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat muslim. Maka H_o ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian secara statistik dapat disimpulkan variabel pengetahuan, lokasi dan promosi secara bersama-sama terdapat

pengaruh yang simultan terhadap kurangnya minat masyarakat muslim mengambil pembiayaan pada bank syariah.

c. Pada uji koefisien determinasi

Menunjukkan bahwa koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,517. Hal ini berarti bahwa seluruh variabel bebas yakni pengetahuan (X_1), lokasi (X_2), dan promosi (X_3) mempunyai kontribusi secara bersama-sama sebesar 51,7% terhadap variabel kurangnya minat masyarakat muslim (Y). Sedangkan sisanya ($100\% - 51,7\% = 48,3\%$) sebesar 48,3% di pengaruhi oleh faktor-faktor lain atau variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini. Standar Error of Estimate (SEE) sebesar 1,337 semakin kecil SEE akan membuat model regresi semakin tepat memprediksi variabel independent.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah di uraikan pada bab sebelumnya serta hasil analisis data yang di olah dengan menggunakan *SPSS For windows versi 24*, maka penulis memberikan kesimpulan bahwa :

Dari hasil uji t variabel pengetahuan, lokasi dan promosi merupakan variabel yang sangat berpengaruh terhadap kurangnya minat masyarakat muslim mengambil pembiayaan pada bank syariah di Kecamatan Wara Utara Kota Palopo karena dapat dilihat dari pengetahuan dengan nilai t hitung sebesar 3,616 dengan nilai probabilitas (Sig.) sebesar $0,000 < 0,05$, lokasi dengan nilai t hitung sebesar 4,803 dengan nilai probabilitas (Sig.) sebesar $0,000 < 0,05$, dan promosi dengan nilai t hitung sebesar 4,123 dengan nilai probabilitas (Sig.) sebesar $0,000 < 0,05$.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan, maka saran yang diberikan untuk peneliti selanjutnya adalah sebagaiberikut:

1. Bank syariah perlu meningkatkan promosi atau sosialisasi langsung kepada masyarakat tentang keunggulan-keunggulan bank syariah serta memberikan

pemahaman bahwa bank syariah berlandaskan al-qur'an dan bebas dari riba sehingga masyarakat mengetahui atau menambah pengetahuan masyarakat tentang bank syariah sehingga masyarakat tertarik mengambil pembiayaan di bank syariah. Selanjutnya bank syariah juga perlu memperhatikan lokasi dan jaringan kantor bank syariah karena lokasi juga berpengaruh penting masyarakat dalam hal mengambil pembiayaan di bank syariah. Dan yang selanjutnya lagi bank syariah perlu melakukan promosi baik itu melalui media elektronik, pendekatan langsung kepada masyarakat atau bahkan melalui event yang nanti akan berdampak pada masyarakat umum.

2. Bagi peneliti lain yang selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama disarankan untuk lebih luas populasi penelitian, tidak hanya pada masyarakat muslim saja tetapi juga masyarakat non muslim. Dan di harapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti dalam bidang perbankan islam khususnya pengaruh pengetahuan, lokasi dan promosi terhadap kurangnya minat masyarakat muslim mengambil pembiayaan pada bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Alqur'an al-karim

Adiwarman A. Karim, *"Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan"*, (Jakarta: Rajawali Pers 2007).

Al Arif, N. R., *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010)

Antonio., *Bank Syariah* (Jakarta: Gema Insani 2009).

Arifin, Atwal., *Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Masyarakat Memilih Bank Syariah Surakarta*, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2014.

Hermawan, Agus., *Komunikasi Pemasaran.*, (Jakarta: Erlangga, 2012).

Hidayat, Wahyu., *Pengertian Pengetahuandan Tingkat Pengetahuan*, di akses [Http://www.trendilmu.com/2015/08/Pengertian.Pengetahuan.dan.Tingkatan.Pengetahuan.html?l=1#](http://www.trendilmu.com/2015/08/Pengertian.Pengetahuan.dan.Tingkatan.Pengetahuan.html?l=1#), Pada Tanggal 20 Februari 2019.

[Http://makassar.tribunnews.com/2017/07/13/dukcapil-penduduk-kota-palopo-202483-jiwa](http://makassar.tribunnews.com/2017/07/13/dukcapil-penduduk-kota-palopo-202483-jiwa) (diakses tanggal 18 Februari 2019).

[Http://www.kompasiana.com/dina07699/5af80487bde575068d1238a2/pembiayaan-bank-syariah?page=all](http://www.kompasiana.com/dina07699/5af80487bde575068d1238a2/pembiayaan-bank-syariah?page=all) (diakses pada tanggal 16 juli 2019).

Irawan, Hendri., *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Memutuskan Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang*, Universitas Islam Negeri Malang, 2009.

Junaidi, *Persepsi Masyarakat untuk Memilih Bank Syariah*, (Studi Kota Palopo, 2015).

Kasmir *"Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya"*, (Jakarta: Rajawali Pers).

Muhammad., *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN. 2015).

Muhammad, *"Manajemen Dana Bank Syariah"*, (Jakarta: Rajawali Person, 2014

M, Naszir., *"Metode Penelitian"* (Jakarta: ghalia Indonesia)

- Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dan Teorike Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001
- Priyatno, Duwi., *Cara Kilat belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, (Yogyakarta: ANDI, 2012)
- R. Yoga Perlambang S., *Lembaga Bisnis Syariah* (Jakarta, PKES 2007)
- Sunarto dan Riduwan, *Pengantar Statistika untuk Penelitian*.
- Saraswati, Rahayu., *Faktor-faktor yang mempengaruhi Masyarakat Muslim tidak Memilih Bank Syariah di Kota Yogyakarta*, 2011.
- Sari, A.R., *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Menabung di Bank Syariah “(Studi Kasus Masyarakat Muslim di kabupaten Bantul, Yogyakarta)”* Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2015.
- Siregar, Syofian., *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014)
- Suciati., *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Muslim Tidak Melakukan Pembiayaan di Bank Syariah*, (Studi Kasus Pedagang Muslim di Pasar Kota Purwokerto) 2016.
- Sugiyono., *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Alfabeta, 2013.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2013)
- Sunarto Zulkifli, *“PanduanPraktis Transaksi Perbankan Syariah”*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2003).
- Taufan, F. Z., *Faktor-faktor yang Menyebabkan Mahasiswa Fakultas Agama Islam Program Studi Muamalat (Syariah) Universitas Muhammadiyah Surakarta tidak Menabung di Bank Syariah tidak Menabung di Bank Syariah*, Surakarta, 2014.
- Triyono, Bayu., *Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Toko Seyegan Sport Sleman Yogyakarta)*, Universitas Negeri Yogyakarta, 2014.